

**REGULAMIN KONKURSU NA PROJEKT GADŻETÓW  
PROMUJĄCYCH MUZEUM HISTORII ŻYDÓW POLSKICH/ WYSTAWĘ GŁÓWNĄ**

1. Organizator konkursu

Muzeum Historii Żydów Polskich, z siedzibą w Warszawie (00-157) przy ul. Anielewicza 6, wpisanym do rejestru instytucji kultury prowadzonego przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pod numerem RIK 89/2014, posiadającym nr NIP 525-234-77-28 i Regon 140313762 - zwane dalej „Organizatorem”.

2. Partner konkursu

Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej (STGU), z siedzibą w Warszawie (00-372), przy ul. Foksal 11, wpisanym do rejestru prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS: 0000209180, posiadającego numer NIP: 5252305948 oraz REGON: 015750749, które reprezentuje Pan Dawid Korzekwa - Prezes Zarządu.

3. Przedmiot konkursu

**Przedmiotem konkursu jest zaprojektowanie linii gadżetów promujących Muzeum Historii Żydów Polskich, Wystawę Główną, w tym przedmiotów o tematyce żydowskiej, spełniających najwyższe standardy estetyczne i funkcjonalne, zgodnie z opisem stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszego regulaminu.**

4. Formuła konkursu

Konkurs ma charakter otwarty, jednoetapowy. Aby wziąć udział w konkursie, należy dostarczyć projekty gadżetów w formie elektronicznej.

5. Uczestnicy konkursu

- a. Konkurs ma charakter międzynarodowy, adresowany jest do projektantów oraz firm projektowych.
- b. Projekty można zgłaszać indywidualnie lub zespołowo.
- c. Konkurs przeznaczony jest dla osób pełnoletnich.
- d. W konkursie nie mogą brać udziału pracownicy organizatora, partnera oraz członkowie jury konkursowego, a także członkowie ich najbliższych rodzin.

6. Terminy

**a. Nadsyłanie projektów: do 15 czerwca 2014**

b. Ogłoszenie wyników: do 25 czerwca 2014.

7. Format i adres przesyłania prac konkursowych.

- a. Projekt należy przesyłać mailem, w formacie PDF, pod adresem : mhzp@stgu.pl, jako załącznik o maksymalnej wielkości do 5MB, zatytułowany nazwą autora.
- b. W tytule maila powinna się znajdować nazwa autora; w treści maila należy podać pełne imię i nazwisko autora lub autorów; dane podmiotu zgłaszającego projekt, adres do korespondencji, telefon kontaktowy, adres e-mail, ewentualny adres strony internetowej.
- c. Do projektu powinna być dołączona specyfikacja techniczna, projekt wykonawczy oraz krótki tekst uzasadniający projekt i opisujący inspiracje projektanta.

## 8. Ocena prac

Prace oceniane będą zgodnie z następującymi kryteriami:

- a. oryginalność
- b. zgodność z założeniami opisu konkursowego (załącznik nr 1).

## 9. Jury Konkursu

Oceny projektów zgłoszonych do Konkursu oraz wyboru zwycięskiego projektu dokonuje Jury w następującym składzie:

- prof. Dariusz Stola - Dyrektor Muzeum Historii Żydów Polskich
- Zygmunt Stępiński – Zastępca Dyrektora Muzeum Historii Żydów Polskich
- Karolina Sakowicz – Kierownik Działu Projektów Kulturalnych Muzeum Historii Żydów Polskich
- Nikodem Łaniecki - Prezes Zarządu WPG S.A., przedstawiciel sklepu Muzeum Historii Żydów Polskich
- prof. Michał Stefanowski – wiceprezes Stowarzyszenia Projektantów Form Przemysłowych
- Dawid Korzekwa - przedstawiciel Stowarzyszenia Twórców Grafiki Użytkowej
- Elżbieta Skrzypek - członkini Stowarzyszenia Twórców Grafiki Użytkowej

## 10. Nagrody

**- I miejsce – 6000 zł brutto**

**- II miejsce – 4000 zł brutto**

**- III miejsce – 3000 zł brutto**

b. W przypadku wyboru pracy zespołu nagroda nie ulega zwielokrotnieniu i zostanie wypłacona osobie wskazanej przez członków zespołu, a w razie braku takiego wskazania poszczególnym członkom zespołu w częściach równych.

c. Kwoty nagród podlegają opodatkowaniu na ogólnych zasadach.

d. Kwota nagrody obejmuje wynagrodzenie za przeniesienie na Organizatora autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych na Organizatora konkursu - w zakresie wskazanym w niniejszym regulaminie oraz przygotowanie projektu wykonawczego przez Laureata Konkursu.

e. Nagroda zostanie wypłacona na podstawie pisemnej umowy zawartej przez Organizatora z autorem/autorami pracy lub podmiotem dokonującym zgłoszenia pracy, któremu będą przysługiwać autorskie prawa majątkowe do pracy.

## 11. Ogłoszenie wyników

a. Wyniki konkursu zostaną ogłoszone do 25 czerwca na stronie internetowej Organizatora, stronie partnera konkursu oraz w mediach.

b. Laureaci Konkursu podczas każdego etapu zostaną poinformowani o jego rozstrzygnięciu indywidualnie.

## 12. Prawa autorskie

a. Do Konkursu można zgłaszać prace konkursowe, w stosunku do których zgłaszającemu przysługiwać będą nieograniczone autorskie prawa majątkowe; zgłaszane prace konkursowe nie mogą naruszać praw autorskich osób trzecich.

b. Przez zgłoszenie pracy konkursowej zgłaszający udzielają Organizatorowi niewyłącznej licencji na korzystanie z pracy konkursowej dla celów związanych z przeprowadzeniem Konkursu, ocena

prac i opublikowaniem wyników, a także w celu promocji Konkursu. Zgłaszający biorący udział w konkursie wyrażają zgodę na publikację swoich prac w celach promocyjnych konkursu - publikowane do tego celu prace będą opatrzone informacją o autorze.

c. Nagrodzeni uczestnicy konkursu zobowiązani są do przeniesienia na rzecz Organizatora autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych do pracy konkursowej, na podstawie odrębnej umowy, na polach eksploatacji obejmujących:

- i. w zakresie utrwalania i zwielokrotniania - wytwarzania każdą możliwą techniką, w szczególności drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową, światłoczułą, audiowizualną, optyczną, drukarską, komputerową, video lub inną, wprowadzenie do pamięci komputera, przesyłanie przy pomocy sieci multimedialnej, komputerowej i teleinformatycznej, w tym Internetu - w nieograniczonej liczbie egzemplarzy;
- ii. w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór utrwalono - wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy;
- iii. w zakresie rozpowszechniania utworu w inny sposób - publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w sieciach Internet, intranet i innych sieciach teleinformatycznych, multimedialnych i komputerowych oraz w środkach masowego przekazu;
- iv. wykorzystywania utworu w celach statutowych, reklamowych, promocyjnych i marketingowych Muzeum Historii Żydów Polskich na polach eksploatacji, o których mowa w pkt i-iii) powyżej;
- v. zastosowania utworów do wykonania, produkcji i rozpowszechniania gadżetów w nieograniczonej liczbie egzemplarzy oraz ich dowolną eksploatację na polach określonych w pkt i-iv) powyżej.

d. Umowa, o której mowa w pkt c), zawierać będzie także zezwolenie dla Organizatora na wykonywanie zależnych praw autorskich do utworów oraz będzie przenosić na Organizatora prawo zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich do utworów – w zakresie obejmującym dowolne opracowanie utworów (w tym tłumaczenia, przeróbki i adaptacje) oraz rozporządzanie i korzystanie z opracowań na polach eksploatacji wskazanych w pkt c) powyżej.

Organizator konkursu dopuszcza możliwość ewentualnych modyfikacji zwycięskiego projektu, przy współpracy z autorem, z poszanowaniem oryginalnej formy projektu.

e. Organizator będzie jest uprawniony do eksploatacji utworów w kraju i za granicą przez cały okres trwania praw autorskich oraz do rozporządzania prawami autorskimi na rzecz osób trzecich, w tym do udzielania licencji na korzystanie z utworów.

f. Umowa, o której mowa w pkt. c), zawierać będzie także upoważnienie dla Organizatora do wykonywania w imieniu autorów utworów autorskich praw osobistych do utworów, w tym do decydowania o sposobie oznaczenia utworów nazwiskiem autora lub o udostępnianiu ich anonimowo, o nienaruszalności treści i formy utworów oraz ich rzetelnego wykorzystywania, o pierwszym udostępnieniu utworów publiczności oraz o nadzorze nad sposobem korzystania z utworów.

g. Organizator nie będzie zobowiązany do rozpowszechniania lub wykorzystania utworów.

### 13. Postanowienia końcowe

- a. Zgłoszenie pracy w konkursie jest jednoznaczne z akceptacją jego regulaminu; uczestnicy zgłaszający prace w konkursie wyrażają zgodę na przetwarzanie danych osobowych przez Muzeum Historii Żydów Polskich, z siedzibą w Warszawie, ul. Anielewicza 6, 00-157 Warszawa, w celu organizacji konkursu i jego rozstrzygnięcia, a także eksploatacji prac konkursowych, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku o ochronie danych osobowych. Podanie danych jest dobrowolne zaś Uczestnikowi przysługuje prawo dostępu do treści swoich danych i ich poprawiania.
- b. W kwestiach spornych decyduje jury konkursu.
- c. W sprawach nieuregulowanych w niniejszym Regulaminie zastosowanie mają odpowiednie przepisy obowiązującego prawa.
- d. Organizator konkursu zastrzega sobie prawo do opublikowania imienia, nazwiska/nazwy i informacji o laureatach konkursu, a także projektów konkursowych oraz umieszczenia tych informacji w materiałach promocyjnych organizatora.
- e. Wszelkich dodatkowych informacji udziela sekretariat Konkursu:  
Stowarzyszenie Twórców Grafiki Użytkowej, tel. 517 195 489, email: mhzp @stgu.pl

Załączniki do Regulaminu:

1. Brief konkursowy

## **MIĘDZYNARODOWY KONKURS NA LINIĘ GADŻETÓW PROMUJĄCYCH MUZEUM HISTORII ŻYDÓW POLSKICH**

### **Cel :**

Zaprojektowanie linii przedmiotów promujących Muzeum Historii Żydów Polskich, Wystawę Główną, w tym przedmiotów o tematyce żydowskiej, spełniających najwyższe standardy estetyczne i funkcjonalne. Wybrane linie gadżetów zostaną wdrożone do produkcji aby w efekcie stanowić stałą ofertę sklepu muzealnego.

Proponowane przedmioty powinny zachować ścisły związek z wartościami marki oraz przekazywać główne cechy ogólnej koncepcji Muzeum.

Konkurs kierowany jest do środowisk projektantów: studentów i absolwentów szkół i uczelni artystycznych.

### **Zawartość briefu:**

- Charakterystyka projektu, Muzeum oraz Wystawy Głównej
- Wytyczne rynkowe
- Wytyczne ekonomiczne
- Wytyczne wzornicze
- Wytyczne produkcyjne (materiałowe)
- Kryteria oceny projektów

### **CHARAKTERYSTYKA PROJEKTU:**

Przedmiotem konkursu jest projekt linii gadżetów inspirowanych Muzeum Historii Żydów Polskich i jego Wystawą Główną. Cele jakie chcemy osiągnąć:

- 1) pozyskanie konkretnych, innowacyjnych projektów w celu wykorzystania ich do budowania wizerunku instytucji.
- 2) popularyzacja wysokich standardów wzornictwa jako formy oryginalnej promocji marki.
- 3) kreowanie wizerunku muzeum jako instytucji nastawionej na innowacje, wspierającej rozwój kultury, sztuki i designu.
- 4) nawiązanie kontaktów z artystami, projektantami, kuratorami, dziennikarzami oraz dotarcie z informacją do wybranych grup docelowych.

### **- O MUZEUM**

Muzeum jest punktem odniesienia dla wszystkich zainteresowanych dziedzictwem Żydów polskich oraz znakiem dokonującego się przełomu we wzajemnych stosunkach Polaków i Żydów. Istnienie muzeum ma za zadanie wspomóc rozwój tożsamości żydowskiej wśród odradzającej się wspólnoty Żydów polskich, a jednym z jego zadań jest wspieranie inicjatyw lokalnych i ogólnokrajowych, podejmowanych w demokratycznej Polsce, aby na nowo przemyśleć doświadczenie współżycia obu społeczności. Muzeum jest jednak nade wszystko miejscem spotkań ludzi, którzy pragną lepiej poznać przeszłość i współczesną kulturę żydowską, chcą zmierzyć się ze stereotypami i ograniczyć

zjawiska zagrażające współczesnemu światu, takie jak ksenofobia i nacjonalistyczne uprzedzenia. W tym sensie jest to miejsce dla wszystkich, promieniujące ideami otwartości, tolerancji i prawdy.

Muzeum mieści się w wyjątkowym budynku.

Autorami projektu, wyłonionego w konkursie w 2005 roku, jest zespół architektów z fińskiej pracowni architektonicznej Lahdelma & Mahlamäki Oy, Helsinki, pod kierownictwem Rainera Mahlamäki. Zwycięski projekt został wybrany spośród ponad 100 zgłoszonych do otwartego, międzynarodowego konkursu.

Muzeum zostało zaprojektowane na planie kwadratu w postaci sześcianu o szklanych ścianach. Elewacja jest wykonana ze szklanych paneli i miedzianej siatki. Panele pokrywają litery hebrajskie i łacińskie układające się w słowo Po-lin, które jest nawiązaniem do legendy o pierwszych żydowskich osadnikach na ziemiach polskich. Autorką projektu liter jest Klementyna Jankiewicz.

Hol główny tworzą krzywoliniowe ściany. Jego pusta przestrzeń to symbol pęknięcia w historii polskich Żydów. Przypomina swym kształtem wąwóz, co ma być nawiązaniem do przejścia przez Morze Czerwone znane z Księgi Wyjścia. Wejście do gmachu ma kształt hebrajskiej litery taw, na którą zaczynają się m.in. hebrajskie słowa tarbut („kultura”) oraz tewa („arka”).

W 2008 projekt muzeum otrzymał nagrodę the Chicago Athenaeum International Architecture Award a w roku 2013 nagrodę Eurobuild Awards w kategorii Architectural Design of the Year.

#### - O WYSTAWIE GŁÓWNEJ

Wystawa główna Muzeum to podróż przez 1000 lat historii Żydów polskich – od średniowiecza do współczesności. W ośmiu galeriach zwiedzający poznają odpowiedź na pytania: jak Żydzi pojawili się w Polsce? W jaki sposób nasz kraj stał się centrum żydowskiej diaspory i domem dla największej społeczności żydowskiej na świecie? Jak przestał nim być i jak życie żydowskie odradza się w dzisiejszej Polsce?

Wystawa opowiada tę historię z żydowskiej perspektywy, oddając głos ludziom zwykłym i niezwykłym. Żydowskim kupcom, uczonym, artystom. Rabinom, gospodyniom domowym, politykom. Kronikarzom, dzieciom, rewolucjonistom. Tym, którzy zginęli i tym, którzy przetrwali. I wielu innym...

Wystawa to także opowieść o tysiącu lat współistnienia Żydów i Polaków: o współpracy, współzawodnictwie i konfliktach, autonomii, integracji i asymilacji. Nie unika trudnych tematów, ale wydobywa też jasne karty wspólnej historii.

Więcej informacji o Muzeum i Wystawie Głównej: <http://www.jewishmuseum.org.pl/>

#### **WYTYCZNE RYNKOWE:**

Gadżety promocyjne to niezbędny element promocyjny każdego Muzeum. Są one elementem sukcesu marketingowego instytucji, przedmiotem pamiątkowym, kolekcjonerskim. Wzorem największych i najpopularniejszych muzeów na świecie gadżety promujące Muzeum Historii Żydów Polskich powinny stanowić uzupełnienie jego bogatej oferty programowej i stanowić stałą ofertę sklepu muzealnego.

### **WYTYCZNE EKONOMICZNE:**

Projektanci przystępujący do konkursu powinni wziąć pod uwagę zarówno oryginalną formę wzorniczą jak i racjonalizację jednostkowych kosztów produkcji gadżetu oraz prawdopodobny potencjał sprzedażowy. Maksymalny koszt produkcyjny najdroższego gadżetu nie powinien przekraczać 200 zł netto.

### **WYTYCZNE WZORNICZE:**

Prace konkursowe w formie projektów koncepcyjnych linii gadżetów powinny uwzględniać podział na przedmioty wyjątkowe/ekskluzywne i na przedmioty codzienne/masowe.

Przedmioty ekskluzywne to przedmiot/obiekt artystyczny produkowany w limitowanej serii, numerowany/sygnowany przez twórcę.

Przedmioty codziennego użytku to przedmioty klasyfikowane w kategoriach:

- szkoła/biuro
- dom/drobne przedmioty użytkowe, dekoracyjne
- gadżet, pamiątka z muzeum
- biżuteria, ozdoby
- projekt graficzny do wykonania na kubkach, koszulkach, torbach itp.
- zabawki

Aby wziąć udział w konkursie należy przesłać minimum dwie propozycje przedmiotów ekskluzywnych oraz pięć propozycji przedmiotów codziennego użytku, z wyżej proponowanego zakresu. Propozycje powinny tworzyć spójną estetycznie linię.

### **WYTYCZNE PRODUKCYJNE (materiałowe):**

Gadżety powinny być wykonane z materiałów realnie dostępnych na rynku polskim, bądź zagranicznym, przy założeniu, iż produkcja powinna zakładać optymalizację kosztów a ramy czasowe produkcji nie powinny być dłuższe niż 3 miesiące.

### **KRYTERIA OCENY PROJEKTÓW:**

- oryginalne wzornictwo
- potencjał sprzedażowy
- szacowany koszt produkcji