

Seafood Innovations 2024 -kilpailu

Nuorille suunnattu markkinointiviestintäkampanja kalan käytön lisäämiseksi

Säännöt

1. Kilpailun järjestäjä

Pro Kala ry
Pasilankatu 2, 5 krs
PL 115
00241 Helsinki

Kilpailu toteutetaan Suomen maa- ja metsätalousministeriön myöntämällä rahoituksella.

2. Kilpailun tarkoitus

Seafood Innovations 2024 -kilpailun tavoitteena on kehittää nuorille suunnattu markkinointikampanja, joka edistää nuorten kalan käyttöä. Voittajakampanja toteutetaan toukokuussa 2025.

3. Kilpailun osallistumisoikeus ja osallistuminen

Kilpailu on tarkoitettu ensisijaisesti markkinoinnin ja viestinnän opiskelijoille. Kilpailuun eivät voi osallistua henkilöt, jotka työskentelevät Järjestäjän palveluksessa tai ovat muuten osallisena kilpailun järjestämiseen.

Kilpailuun osallistutaan täyttämällä [osallistumislomake](#).

Kilpailun kieli on suomi, mutta osallistua voi myös ruotsiksi tai englanniksi.

4. Kilpailun aikataulu

Kilpailuun ilmoittautuminen avattiin 7.10.2024. Kilpailuun ilmoittaudutaan täyttämällä osallistumislomake www.seafoodinnovations.fi -sivulla 31.1.2025 klo 16.00 mennessä. Myöhässä tulleita tai muilla tavoin lähetettyjä ilmoittautumisia ei oteta huomioon. Shortlistalle valituille osallistujille ilmoitetaan valinnasta henkilökohtaisesti 12.2.2025 mennessä ja shortlist julkaistaan www.seafoodinnovations.fi -sivulla 14.2.2025. Shortlistalle päässeet esittelevät kilpailutyönsä raadille maaliskuussa (etäyhteydellä). Kilpailun voittaja julkistetaan maaliskuussa 2025.

5. Arviointi

Järjestäjän asettaman arviointiraadin puheenjohtajana toimii Turun yliopiston työelämäprofessori, markkinointi- ja media-alan huippuosaaja Alex Nieminen. Arviointiraatiin kuuluu lisäksi Pro Kala ry:n toiminnanjohtaja Katriina Partanen, PNM Chipsters Oy:n marketing & communications director Riina Hagman, ravintola Smörin keittiömestari Aleksi Lukka, Twinsmedian yrittäjä, kokki ja ruokavaikuttaja Petra Väänänen, personal trainer ja hyvinvointivaikuttaja Bettina Gräsbeck, Lappeenrannan-Lahden teknillinen yliopisto LUT:in työelämäprofessori Jussi Rissanen ja K-Citymarket Salon kauppias Eemeli Aaltonen.

Arviointiraati valitsee ilmoittautuneiden joukosta kolme parasta ja julkaisee shortlistan kilpailun verkkosivuilla. Raati voi tarvittaessa pyytää kilpailuun ilmoitetuista kampanjasuunnitelmista lisätietoja ennen shortlistan valintaa. Shortlistalle valittujen ehdotusten esittelyt kuultuaan arviointiraati valitsee kilpailun voittajan.

Osallistuneiden tahojen yhteyshenkilöille ilmoitetaan sähköpostitse kolmen parhaan joukkoon pääsystä. He esittelevät markkinointikampanjansa etäyhteydellä raadin jäsenille maaliskuussa 2025. Yhteyshenkilön vastuulla on informoida muita kilpailujoukkueessa mukana olevia henkilöitä.

Raadin puheenjohtaja osallistuu pisteytykseen ja tasatilanteessa tekee päätöksen, mikäli raati ei pääse asiasta sopimukseen. Mikäli raadin yksimielinen päätös on, että mikään kilpailuun ilmoitetuista innovaatiosta ei vastaa arviointikriteereitä, voidaan palkinto jättää jakamatta. Raadin tai kilpailun järjestäjän päätöksistä ei voi valittaa.

6. Reunaehdot ja arviointikriteerit

Kilpailu on tarkoitettu ensisijaisesti markkinointi- ja viestintäalan opiskelijoille. Suunniteltavan markkinointikampanjan kohderyhmänä ovat nuoret. Kilpailun tavoitteena on innostaa nuoret syömään kalaa nykyistä useammin. Kilpailutyötä suunnitellessa kannattaa käyttää markkinoinnin monia eri keinoja.

Kilpailuun ilmoitettuja markkinointikampanjoita arvioidaan seuraavien kriteerien pohjalta:

1. Vakuuttavuus

- Innostaako markkinointikampanja nuoria ostamaan, kokeilemaan, kertomaan tai jakamaan kokemuksiaan?
- Voiko kampanja johtaa käyttäytymisen muutokseen?

2. Toteutus ja kampanjan huomioarvo

- Herättääkö toteutus huomiota ja erottuuko se joukosta?
- Onko se visuaalisesti yllättävä ja nousee muiden töiden yläpuolelle?
- Onko kampanja innovatiivinen ja oivaltava?

3. Yhdenmukaisuus

- Onko kampanjan ytimessä yksinkertainen ja ymmärrettävä viesti?
- Onko viesti relevantti kohderyhmälle?

4. Toteuttamiskelpoisuus

- Onko toteutus briiffin mukainen?
- Pysyykö kampanja markkinoitavassa teemassa?
- Pystyykö kampanjan toteuttamaan annetulla budjetilla?

Kullakin raadin jäsenellä on käytettävissään 10 pistettä / arvioitava kohta.

Kilpailun osallistuja luovuttaa kaikki oikeudet suunnittelemaansa markkinointikampanjaan Pro Kala ry:lle.

7. Palkitseminen

Kilpailun voittaja saa käyttöönsä 20 000 euroa suunnittelemansa markkinointikampanjan toteuttamiseen. Palkintosummalla toteutetaan suunniteltu kampanja keväällä 2025. Kampanjan toteuttamisessa voi tarvittaessa käyttää apuna Pro Kala ry:n ja sen yhteistyökumppaneiden ammattilaisia. Palkintosummasta voi varata korkeintaan 2000 € osuuden mahdollisille henkilökohtaisille palkkioille. Henkilökohtaiset palkkiot ovat voittajille veronalaista tuloa.

8. Verot

Kilpailun voittaja vastaa henkilökohtaisesta kilpailupalkinnosta mahdollisesti aiheutuvasta verosta.

9. Järjestäjän vahingonkorvausvastuu

Järjestäjä ei vastaa vahingoista, jotka aiheutuvat osallistumisesta kilpailuun, henkilökohtaisen palkkion lunastamisesta tai sen käyttämisestä. Voittaja vapauttaa järjestäjän kaikesta vastuusta, joka koskee vahinkoa, joka aiheutuu henkilökohtaisen palkkion lunastamisesta tai käyttämisestä.

10. Henkilötietojen käsittely ja julkaisuoikeus

Osallistujien henkilötietoja käsitellään henkilötietolain ehtojen mukaisesti. Osallistuja vastaa osallistumisen yhteydessä Järjestäjälle antamiensa yhteystietojen ja muiden tietojen oikeellisuudesta. Järjestäjä kerää kilpailuun ilmoittautuneiden henkilötiedot vain kilpailuun osallistumista varten. Järjestäjä ei luovuta henkilötietoja kolmansille osapuolille. Henkilötietoja säilytetään kilpailun järjestämisen ajan.

Shortlistalle valituista markkinointikampanjoista julkaistaan www.seafoodinnovations.fi -sivulla kilpailuun osallistuvan tahon nimi ja ilmoittautumisen yhteydessä lähetetty kuvaus kampanjasta siltä osin kuin kilpailuun osallistuja ei erikseen kiellä sen julkaisemista. Lähettäessään kilpailutyötä osallistuja hyväksyy, että järjestäjä saa esitellä kilpailutyötä kyseisellä nettisivulla ja sosiaalisen median kanavissaan. Julkaisuoikeuden rajoittamiseen on varattu mahdollisuus osallistumislomakkeessa.

11. Force majeure

Pro Kala ry:llä on oikeus jättää kilpailu järjestämättä asioiden niin vaatiessa (force majeure).