

Regulamin 17. edycji kampanii społecznej „Drugie życie”

§ 1

Postanowienia ogólne

1. Organizatorem kampanii społecznej „Drugie życie” („**Kampania**”) i fundatorem jednej z nagród jest firma Fresenius Medical Care Polska z siedzibą w Poznaniu (60-118) ul. Krzywa 13, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000076738, posiadająca NIP 783-14-80-785 („**Organizator**”).
2. Podmiotem przeprowadzającym kampanię w imieniu Organizatora jest Marzena Fink-Stelmasiak prowadząca działalność gospodarczą pod nazwą Marzena Fink-Stelmasiak Perpetuum Media pod adresem przy ul. Brzoskwiniowej 13 w Poznaniu (61-306), posiadająca NIP 779-111-19-74.
3. Celem Kampanii jest szerzenie informacji na temat transplantacji (przekazanie wiedzy o naukowych faktach, aspektach prawnych i etycznych oraz korzyściach ze stosowania tej terapii) oraz dystrybucja i zachęcanie do podpisywania oświadczeń woli na oddanie organu do przeszczepu wśród młodzieży i dorosłych.

§ 2

Uczestnicy Kampanii

1. Uczestnikami kampanii są uczniowie szkół z województwa wielkopolskiego zakwalifikowanych do kampanii w ramach naboru przeprowadzonego przez Organizatora („**Uczestnicy**”).
2. Szkoła, która wzięła udział w Kampanii na terenie danego województwa dwa razy z rzędu (w ciągu dwóch kolejnych lat), nie może ubiegać się przez dwa kolejne lata o udział w Kampanii.
3. Limit Uczestników zakwalifikowanych do Kampanii to 32 szkoły.

§ 3

Wybór uczestników Kampanii

1. Aby zakwalifikować się do udziału w Kampanii, szkoła musi wypełnić formularz rejestracyjny dostępny na stronie internetowej drugiezycie.eu w dniach od 23 września do 2 października 2024 r.
2. W formularzu należy wskazać dane osoby odpowiedzialnej za realizację projektu w danej Szkole.
3. Po otrzymaniu zgłoszenia, Organizator potwierdza udział szkoły w Kampanii.
4. Do kampanii zostaje przyjętych pierwszych trzydzieści szkół, które prześlą zgłoszenie online.
5. Szkoły, które wyślą zgłoszenie do udziału w Kampanii, a nie będą w gronie pierwszych trzydziestu szkół, zostaną zaproszone do udziału w dogrywce.
6. Dogrywka odbędzie się w dniach 2 - 4 października 2024 r. i odbędzie się w ramach głosowania przeprowadzonego na fanpage'u Kampanii na Facebooku.
7. Dwie szkoły z największą liczbą głosów oddanych w ramach głosowania zostaną dodatkowo przyjęte do akcji.

§ 4

Ramy czasowe Kampanii

1. W dniach 23 września - 4 października 2024 r. - nabór Uczestników do Kampanii.
2. Od listopada 2024 r. do maja 2025 r. - Uczestnicy przeprowadzają akcje informacyjne w ramach Kampanii.
3. W czerwcu 2025 r. Organizator wraz z przedstawicielami patronów Kampanii wybiera laureatów konkursu.



§ 5

Przeprowadzanie akcji w ramach Kampanii

1. W ramach Kampanii, Uczestnicy przeprowadzają działania podnoszące świadomość społeczną nt. transplantacji oraz podkreślające istotę podpisania oświadczenia woli na przeszczep organów po śmierci („**Akcje**”).
2. Pomysłodawcami i organizatorami Akcji są Uczniowie przy wsparciu Koordynatora.
3. Przed przystąpieniem do planowania Akcji, Uczniowie biorą udział w szkoleniu z zakresu transplantacji. Wykłady nt. medycznych i etycznych aspektów transplantacji prowadzą eksperci współpracujący z Organizatorem Kampanii. Zdobytą wiedzę pozwala Uczniom samodzielnie prowadzić działania promujące przeszczepianie narządów.
4. Szkoła otrzymuje od Organizatora pakiet materiałów edukacyjnych oraz promocyjnych potrzebnych do przeprowadzenia akcji i zobowiązuje się do wykorzystania ich w działaniach realizowanych w ramach Kampanii.
5. Akcje mogą być organizowane są na terenie szkoły, poza jej murami i w Internecie.
6. Dla chętnych szkół Organizator Kampanii oferuje pomoc w organizacji spotkania z lekarzem i osobą po przeszczepie. Chęć organizacji takiego spotkania Szkoła musi zgłosić co najmniej z dwutygodniowym wyprzedzeniem.
7. Działania w ramach Kampanii mogą być realizowane na terenie szkoły, poza jej murami i w Internecie.
8. Charakter i zasięg przeprowadzonych działań promocyjno-edukacyjnych zależą wyłącznie od kreatywności i zaangażowania Uczniów.
9. Każda Szkoła zobowiązana jest do przeprowadzenia przynajmniej dwóch akcji promocyjno-edukacyjnych.
10. Wszystkie Szkoły uczestniczące w Kampanii mają obowiązek przesłania Organizatorowi, we wskazanym przez niego terminie, raport z przeprowadzonych Akcji („**Raport**”). Raport powinien zawierać informacje o wszystkich działaniach

podjętych przez szkołę oraz dowody na ich przeprowadzenie (m. in. zdjęcia, filmy, utwory muzyczne, plakaty, prezentacje).

§ 6

Nagrody

1. Na podstawie przesłanych przez Szkoły Raportów komisja złożona z Organizatora i patronów Kampanii wyłoni, jako laureata, jedną szkołę, której działania w ramach przeprowadzonej Kampanii wyróżniały się kreatywnością i zaangażowaniem.
2. Wybrana szkoła zostanie nagrodzona czekiem charytatywnym w wysokości 2000 zł brutto z przeznaczeniem na jeden, dowolnie wybrany przez szkołę cel dobroczynny.
3. Organizator zastrzega sobie prawo do rozszerzenia puli nagród w zależności od decyzji Partnerów Kampanii. W razie rozszerzenia puli nagród, komisja wyłoni więcej niż jednego laureata. Każdej z nagrodzonych szkół zostanie przyznany czek na cel charytatywny.
4. Wszystkie Szkoły biorące udział w Kampanii otrzymują od Organizatora dyplom z podziękowaniem.
5. Szkoła, która wzięła udział w Kampanii na terenie danego województwa dwa razy z rzędu (w ciągu dwóch kolejnych lat), i która w obu edycjach została laureatem Kampanii, zostaje zaproszona w roli eksperta do udziału w posiedzeniu kapituły Kampanii, która wyłania jej laureatów.

§ 7

Prawa autorskie

1. Szkoła wyraża zgodę na wykorzystanie wszystkich nadesłanych do Organizatora materiałów związanych z realizacją kampanii Drugie życie (m.in. zdjęcia, filmy, utwory muzyczne, plakaty, prezentacje,) do celów promocyjnych Kampanii.



2. Przekazanie Organizatorowi materiału zgłoszonego przez Uczestnika jako dowód realizacji Kampanii jest równoznaczne z oświadczeniem, że materiał/wydarzenie zostało wykonane/zorganizowane przez szkołę.
3. Wyrażenie zgody na wzięcie udziału w Kampanii i przesłanie materiałów powstałych w ramach Kampanii jest równoznaczne z nieodpłatnym przeniesieniem wszelkich autorskich praw majątkowych na Organizatora do wykorzystania nadesłanych materiałów lub ich części na wszystkich polach eksploatacji tj.:
 - W zakresie utrwalania i zwielokrotniania materiału – wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową;
 - W zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwalono utwór;
 - W zakresie rozpowszechniania utworu w sposób inny niż określony powyżej – publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnienie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym.
4. Szkoła ponosi pełną odpowiedzialność za szkody poniesione przez Organizatora lub osoby trzecie współpracujące z Organizatorem, spowodowane opublikowaniem materiału zawierającego wady prawne.
5. Postanowienia niniejszego Regulaminu nie wyłączają odpowiedzialności Szkoły za naruszenie praw osób trzecich określonej przepisami prawa, w szczególności Kodeksu Cywilnego oraz Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

§ 8

Ochrona danych osobowych

1. Każda szkoła biorąca udział w Kampanii zobowiązana jest zapewnić, że wszelkie dane osobowe zawarte w Raportach z działań przeprowadzonych w ramach Kampanii, udostępniane są Organizatorowi zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w tym przede wszystkim zgodnie z przepisami ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U.2019.1781) oraz zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem



danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenia o ochronie danych dalej „RODO”), Dz.U.U.E.L.2016.119.1.

2. Każda szkoła biorąca udział w Kampanii zobowiązana jest zapewnić, że osoby fizyczne, których wizerunek został udostępniony Organizatorowi w raportach z działań przeprowadzonych w ramach Kampanii wyraziły zgodę na wykorzystanie przez Organizatora ich wizerunku, w tym na obrót egzemplarzami, na których utrwalono ten wizerunek oraz na zwielokrotnienie wizerunku wszelkimi dostępnymi aktualnie technikami i metodami, rozpowszechnianie oraz publikowanie, w szczególności na publikację wizerunku na stronie internetowej Organizatora, a także w:
 - Mediach elektronicznych, w szczególności stronach internetowych,
 - Prasie,
 - Broszurach, ulotkach, gazetkach i innych materiałach promocyjnych,
 - Materiałach wewnętrznych Organizatora.
3. Dane osobowe będą przetwarzane przez Organizatora zgodnie z przepisami ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz.U.2019.1781) oraz zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenia o ochronie danych dalej „RODO”), Dz.U.U.E.L.2016.119.1.

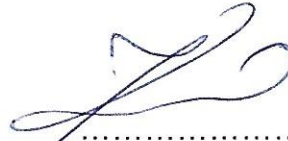
§ 9

Postanowienia końcowe

1. Niniejszy Regulamin jest jedynym i wyłącznym dokumentem określającym warunki i zasady prowadzenia Kampanii.
2. Organizator może wykluczyć szkołę z udziału w Kampanii w przypadku naruszenia przez niego postanowień niniejszego Regulaminu.



3. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za niekompletne, uszkodzone lub opóźnione zgłoszenia do Kampanii.
4. W sprawach nieuregulowanych niniejszym Regulaminem stosuje się odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego.
5. Pytania dotyczące Kampanii można kierować mailem na adres:
kinga@perpetuummedia.pl.
6. Niniejszy Regulamin dostępny jest na stronie internetowej: drugiezycie.eu oraz w siedzibie Organizatora.



.....
Prezes Zarządu Fresenius Medical Care

Poznań, 10.09.2024 r.