

Méribel ad festival

8º ENCUENTRO EN LA CUMBRE

12/17 diciembre 2008

MEDIA CRISTAL

Fecha límite de las inscripciones :
VIERNES 24 DE OCTUBRE

Entrega de premios en Méribel :
VIERNES 12 DE DICIEMBRE

www.meribel-adfestival.com

En colaboración exclusiva con



PRESENTACIÓN

Hoy día, para que una campaña tenga éxito, la calidad del contacto es tan determinante como el contenido del mensaje.

Los Medios de comunicación Cristal coronan la contribución de una estrategia de Medios de comunicación por su originalidad, creatividad y el resultado de una campaña.

LA COMPETICIÓN

Celebrar las grandes ideas de Medios de comunicación

Participantes:

Agencias y publicistas

Territorio:

Europa

Período:

Campañas concebidas y emitidas entre el **1 de noviembre de 2007 y el 30 de noviembre de 2008**

CATEGORÍAS

A. Los premios se entregarán por categoría

A1. Productos alimentarios/Bebidas/Productos de gran consumo

A2. Automóvil/Productos automóbiles

A-3. Banco/Entidad de crédito/Seguro

A4. Servicios (otro que financieros)

A-5. Causas importantes/Interés General

A-6. Medios de comunicación/Cultura/Ocios

A-7. Transporte/Turismo

A-8. Productos de belleza/Higiene/Salud

B. Los premios se entregarán por tramos

B-1. Jóvenes (hasta 18 años)

B-2. Hombres

B-3. Mujeres

C. Categoría especial

C-1. Campaña de lanzamiento

Las campañas de coche - promoción no pueden participar en la competición.

La categoría Causa importante no puede contribuir para el Gran Cristal.

LOS PREMIOS OTORGADOS

- El «cristal» por categoría de producto
- El «cristal» por tramo
- El «cristal» de la campaña de lanzamiento
- El «Gran Medios de comunicación Cristal»

Los «grandes Medios de comunicación Cristal» participarán en el Gran Cristal del Festival (sin distinción de medios de comunicación).

LA ENTREGA DE PREMIOS

De manera única y con el fin de delimitar mejor las problemáticas y los desafíos de las estrategias medios de comunicación, los «Medios de comunicación Cristal» se entregarán durante una conferencia «Show Case». Las campañas premiadas las codificarán y analizarán públicamente los miembros del Jurado. ¡La idea es comprender mejor porqué fue premiada una campaña!

EL JURADO

El Jurado estará compuesto por **profesionales de los medios de comunicación en agencia y publicistas** (Directores Generales, directores márketing, directores de la publicidad) de la región EMEA.

Los miembros del Jurado tendrán en cuenta el esfuerzo dedicado a la elección del o de los Medios de comunicación para que genere (n) un contacto consumidor que sea a la vez innovador, comprometido, inclusivo y eficaz.

Las campañas se juzgarán entonces sobre tres criterios:

- **La Idea Creativa:** su pertinencia, su originalidad y su ejecución,
- **La Estrategia Medios de comunicación:** su carácter innovador y su adecuación con el tramo,
- **El Resultado:** la eficacia demostrada del dispositivo, bien sea cualitativa o cuantitativa.

No se efectuará ninguna preselección. El Jurado mirará el conjunto de las campañas recibidas.

Un miembro del Jurado no puede expresarse ni votar por su propia campaña (agencia o publicista).

Para que todo ello resulte imparcial, el voto final se hará mediante boletín secreto.

ENTREGA DE LOS ELEMENTOS

La fecha de entrega de los elementos se ha fijado al **viernes 24 de octubre de 2008**.

Gracias por rellenar el formulario de participación en línea para cada creación inscrita. Sólo se retendrán las informaciones mencionadas en el formulario de inscripción. Por tanto, es imperativo que se cumplimente correctamente y de manera íntegra el formulario. Estas informaciones se publicarán en el catálogo, en nuestro sitio Web...

El soporte enviado por los participantes se emitirá ante el jurado en sesión, en el transcurso de la velada de la entrega de premios (en forma de conferencia «showcase») así como en las «**pantallas de visualización**» (que se encuentran en el Cristal Business Club, de este modo los festivaleros podrán visualizar los trabajos inscritos en la competición, las películas del Foro de los Jóvenes Realizadores, las bandas de demostración de los productores, etc.). Por tanto, resulta imprescindible que la calidad de los elementos sea óptima (imagen y sonido).

MODALIDADES TÉCNICAS

En un CD (1 CD por inscripción):

1) ficha Word, de una página, 300 palabras como máximo, redactada en inglés según el siguiente modelo:

- Problemática (resumen del cliente, tramo...) y objetivo
- Estrategia, creación y despliegue (medios empleados)
- Eficacia (cualitativa y cuantitativa). Gracias por citar sus fuentes.

2) Una presentación audiovisual en formato vídeo **QUICKTIME** 720x576 codec DV PAL o **Flash: SWF** (sin .EXE), de una duración máxima de **4 minutos**. Esta presentación debe explicar el dispositivo empleado para su campaña y debe implicar elementos visuales clave: vídeos, imágenes fijas o cualquier otro elemento apropiado.

*Para que el jurado comprenda debidamente las campañas, les aconsejamos proporcionarnos **una versión inglesa o una versión francesa con subtítulos en inglés.***

3) Material complementario: Pueden enviarnos cualquier material que considerasen necesario para la comprensión de su caso, esto de manera limitada (material de embalaje, fotografías...). Sírvase numerar los elementos que nos envía y anotarlos en la ficha de participación.

DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

Los gastos de tramitación por sociedad son de 170€ sin IVA (sólo se paga una vez).

Los gastos de inscripción son de:

- 286€ sin IVA por campaña,
- 145€ sin IVA por campaña para la categoría especial.

A las agencias que inscriban un mínimo de 5 campañas se les ofrecerá la acreditación.

- Los expedientes que se reciban después del **viernes 24 de octubre de 2008 deberán pagar un aumento del 10%**.
- No podrá cancelarse ni modificarse ninguna inscripción después del 24 de octubre de 2008.

Condiciones de registro de las inscripciones:

- Rellenar la ficha de participación y proceder al pago en línea de las inscripciones, en la página Web del Festival www.meribel-adfestival.com
- Enviar el material solicitado.

Fecha límite: viernes 24 de octubre de 2008

Contacto:

**MERIBEL AD FESTIVAL / 2C ASSOCIES
MEDIA CRISTAL
Armelle SEMAT
11-13, rue Salomon de Rothschild
92150 Suresnes - France**

Tel: + 33 1 42 04 87 20 **Fax:** +33 1 47 72 26 36
Mail: armelle.semat@2c-associes.com

REGLAMENTO: MEDIA CRISTAL

Article 1: Preámbulo

La 8ª Edición del Festival de la Publicidad se celebrará del 12 al 17 de diciembre de 2008 en Méribel. La ambición de los «medios de comunicación Cristal» radica en consagrar la contribución de una estrategia Medios de comunicación al éxito de una campaña.

Para ello, el Jurado coronará las estrategias a la vez originales, comprometedoras y eficaces... en una palabra ejemplares.

Artículo 2 : Condiciones de participación

1 - La competición está abierta a todas las agencias y publicistas.

2 - Las agencias y los publicistas están invitados a enviar los mensajes originales que ellos concibieron, produjeron y difundieron entre el **1 de noviembre de 2007 y el 30 de noviembre de 2008**.

3 – **Las inscripciones no podrán cancelarse ni retirarse de la competición por ninguna razón después del viernes 24 de octubre de 2008.**

4 – No podrá efectuarse ninguna inscripción sin la autorización previa del publicista y/o del derechohabiente de la campaña.

5 – Las inscripciones deberán haberse realizado en el marco de un contrato comercial, con excepción de las campañas de Causas importantes, ONG...

(El Festival se reserva el derecho de solicitar a los participantes la integridad del plan Medios de comunicación).

6 – Para ser elegible, las creaciones deben respetar la reglamentación o los usos en vigor en su país de origen.

7 – Una misma sociedad sólo podrá inscribir una creación (agencia, publicista, productor). Las partes están obligadas a ponerse de acuerdo antes de las inscripciones. En el caso en que una misma creación fuese inscrita por dos sociedades distintas, los organizadores se basarán en la fecha de recepción de las creaciones.

8 - Una campaña inscrita en una edición anterior del festival no puede presentarse de nuevo.

9 – Para que todo ello resulte imparcial, no deberá aparecer en las creaciones ningún nombre de sociedad.

10 – **Solamente se retienen las informaciones mencionadas en el formulario de inscripción. Por tanto, es muy importante que el formulario se cumplimente correctamente y en su integridad. Estas informaciones se publicarán en todas nuestras herramientas de comunicación: el catálogo, la prensa, nuestro sitio Web...**

Artículo 3 : Las competiciones

Las agencias o publicistas podrán inscribir sus creaciones por categoría, por tramo o en la categoría especial citada a continuación:

A. Categorías

A1. Productos alimentarios/Bebidas/Productos de gran consumo

A2. Automóvil/Productos automóbiles

A-3. Banco/Entidad de crédito/Seguro

A4. Servicios (otros que no sean financieros)

A-5. Causas importantes/Interés General

A-6. Medios de comunicación/Cultura/Ocios

A-7. Transporte/Turismo

A-8. Productos de belleza/Higiene/Salud

B. Tramos

B-1. Jóvenes (hasta 18 años)

B-2. Hombres

B-3. Mujeres

C. Categoría especial

C-1. Campaña de lanzamiento

Artículo 4 : El Jurado

El Jurado estará compuesto a partes iguales de **profesionales de los medios de comunicación en agencia y de publicistas** (Directores Generales, directores de marketing, directores de la publicidad).

El Jurado se reserva el derecho a modificar la categoría de inscripción si lo considera necesario.

Artículo 5 : El Material

Los elementos sujetos deben respetar imperativamente las siguientes características técnicas:

En un CD (1 CD por inscripción):

1) **Una ficha Word**, de una página, 300 palabras como máximo, redactada en inglés según el siguiente modelo:

- Problemática (resumen del cliente, tramo...) y objetivo
- Estrategia, creación y despliegue (medios aplicados)
- Eficacia (cualitativa y cuantitativa). Gracias por citar sus fuentes.

2) **Una presentación audiovisual** en formato vídeo **QUICKTIME** 720x576 codec DV PAL o Flash: **SWF** (sin .EXE), de una duración máxima de **4 minutos**. Esta presentación debe explicar el dispositivo aplicado para su campaña y debe contener los elementos visuales clave: vídeos, imágenes fijas o cualquier otro elemento apropiado.

Para que el jurado comprenda correctamente sus campañas, les aconsejamos proporcionarnos una versión inglesa o una versión con subtítulos en inglés.

3) **Material complementario**: Pueden enviarnos todos los materiales que consideren necesarios para la comprensión de su caso, esto de manera limitada (material de embalaje, fotografías...). Gracias por numerar los elementos que nos envíe e indicarlos en la ficha de participación.

Atención:

2CAAsociés rehúsa toda responsabilidad en caso de robo o deterioro del material presentado.

Se considerará todo deteriorado envío de expediente incompleto, ilegible como nadie.

El participante sólo podrá recuperar el material complementario, por cuenta suya. Si la reclamación no se produce antes del 1 de febrero de 2008, la organización del Festival no conservará los elementos.

Artículo 6 : Gastos de inscripción

a) **Los gastos de tramitación** por agencia (para 1 o varias campañas inscritas) son de 170€, ya sea 203,32€ con IVA (IVA al 19,6%).

b) **Los gastos de inscripción son:**

- de 286€ sin IVA por campaña, ya sea 342,06€ con IVA (IVA al 19,6%),
- de 145€ sin IVA por campaña para la categoría especial, ya sea 173,42€ con IVA (IVA al 19,6%)

A las agencias que inscriben un mínimo de 5 campañas se les ofrecerá la acreditación.

Artículo 7 : Los Trofeos otorgados

El «cristal» por categoría de producto

Las campañas presentadas en competición son premiadas por categoría de producto, comúnmente por el órgano colegiado de Agencias y el de los Publicistas. Puede suceder que algunas categorías no reciban ningún premio tras la decisión del Jurado.

Los «cristal» por tramo

Las campañas presentadas en competición son premiadas por tramo, comúnmente por el órgano colegiado Agencias y el de los Publicistas. Algunos tramos pueden no recibir ningún premio tras la decisión del Jurado.

El «cristal» de la campaña de lanzamiento

El «cristal» de la campaña de lanzamiento corona la mejor campaña de lanzamiento Medios de comunicación entre las campañas presentadas en competición. La campaña va precedida comúnmente por el órgano colegiado de las Agencias y el de los Publicistas.

Los «grandes Medios de comunicación Cristal»

Los «grandes Medios de comunicación Cristal» coronan la mejor campaña Medios de comunicación entre las que se hayan premiado previamente.

NB: las campañas Causas importantes e Interés General no compiten para los «Grandes Medios de comunicación Cristal».

Los «grandes Medios de comunicación Cristal» participarán en «el Gran Cristal» del Festival (sin distinción de Medios de comunicación).

Artículo 8 : Envío de los elementos

Todas las piezas que deben competir en el Festival deberán recibirse a más tardar el **24 de octubre de 2008** de cada ficha de participación y del pago de sus inscripciones (sin omitir el IVA), a la siguiente dirección:

Méribel Ad Festival /Media Cristal

2CAssociés/11-13, rue Salomón de Rothschild - 92150 Suresnes

Artículo 9 : Seguro

El Festival se hace cargo del transporte del material de París a Méribel (ida y vuelta).

Al final del Festival, la organización conservará el material con fines de archivado.

Artículo 10 : Legislación

Las creaciones se ceden gratuitamente al Festival, para la presentación con carácter exclusivo, durante todo el período de la manifestación. La dirección del Festival determinará el orden, las fechas y el número de presentaciones de cada creación inscrita. Estas elecciones no podrán ser objeto de ningún conflicto.

Por el solo hecho de su participación, las agencias y publicistas, se comprometen a respetar los reglamentos y las decisiones de los jurados y autorizan al Festival de la Publicidad de Méribel a presentar públicamente en la prensa y reproducir las creaciones en el marco del presente evento.

El Festival se reserva el derecho, si fuera necesario y excepcionalmente, de modificar posteriormente el presente reglamento.



2C Associés

2C Associés - 11/13, rue Salomon de Rothschild - 92150 Suresnes
www.2c-associés.com

Méribel Ad Festival - 12/17 de diciembre de 2008

Contacto : Armelle Semat - +33 1 42 04 87 20 /Fax: +33 1 47 72 26 36
armelle.semat@2c-associés.com

El Festival de la Publicidad de Méribel agradece su colaboración a:



in:fluencia[®]