



Reglamento

Participantes

Agencias de publicidad, anunciantes, estudios creativos o de diseño, productoras, empresas de posproducción, medios de comunicación y empresas de Internet.

Mercados

Habla hispana y portuguesa.

Disciplinas

Televisión - Cine / Gráfica / Vía pública / Radio / Diseño - Marketing Directo / Técnicas de Producción Audiovisual / Interactivo / Innovación en Medios / Campañas Integrales

Obligatorio

- a) El material debe haber sido publicado con anterioridad a la fecha de inicio del festival.
- b) No se autorizan a competir inscripciones de ediciones anteriores.
- c) El material inscripto debe contar con autorización de la empresa creadora o del anunciante responsable.

Condiciones

El material inscripto, sin excepción, quedará en poder del FIAP. Incorporado a su archivo, podrá ser utilizado con fines de promoción y difusión del festival; también en presentaciones en instituciones educativas grupos económicos, profesionales de la publicidad y público en general, entre otros. Al concretar la inscripción, cada participante autoriza al FIAP a organizar presentaciones, publicar las premiaciones en medios gráficos, programas de televisión, radio, Internet u otros medios, públicos o privados. Se incluye también, el uso de marcas, productos, protagonistas, personajes animados, promociones, reproducciones fotográficas en libros, folletos, revistas o cualquier otro elemento de comunicación. Los participantes aceptan mantener al FIAP fuera de todo tipo de acción legal o reclamo, que surja de la exhibición de esos materiales, declarando aceptar las condiciones aquí descriptas.

Reglamento

La organización del FIAP se reserva el derecho de subdividir -si fuera necesario- una categoría cuando el número de participantes sea excesivo, así como de reunir en una, dos o más categorías afines, cuando el número de inscripciones no alcance el mínimo para establecer un criterio de evaluación.

El jurado puede sugerir a las autoridades del festival, modificaciones extraordinarias que representen un aporte para la industria publicitaria.

El material debe cumplir con las normas y códigos de ética que rijan en los correspondientes organismos calificadoros; los organizadores se reservan el derecho de admisión de tales inscripciones y la aplicación de esas normas y códigos.

Todo dato falso suministrado por el participante provoca su automática descalificación. Si existiera alguna denuncia fundamentada de terceros referente a material premiado, la organización solicitará del responsable el descargo correspondiente; hasta tanto se resuelva el premio quedará pendiente.

NOTA: El material inscripto que no haya sido publicado -comúnmente denominado “fantasma o trucho”- será automáticamente descalificado del festival, incluyendo la totalidad de las inscripciones del responsable.

Cierre de Inscripciones

La fecha límite de cierre de inscripción del material es el miércoles **15 de abril de 2009**.

Sin excepción, no se aceptarán inscripciones con posterioridad a la fecha límite.

Categorías

Televisión/Cine, Gráfica y Radio.

- 1 Alimentos/Comidas/Lácteos/Golosinas/Chocolates/Snacks**
- 2 Bebidas (alcohólicas y no alcohólicas)**
- 3 Higiene doméstica/Mantenimiento del hogar/Mascotas**
- 4 Electrodomésticos/Muebles/Accesorios del hogar**
- 5 Belleza/Higiene personal/Cosmética/Perfumería/Artículos medicinales y farmacéuticos**
- 6 Vestimenta/Textiles/Calzados/Joyas/Accesorios personales/Cigarrillos/Tabaco**
- 7 Automóviles/Vehículos varios/Accesorios/Repuestos/Combustibles**
- 8 Bancos/Financieras/Seguros/Jubilaciones/Pensiones**
- 9 Servicios de Bien Público**
- 10 Imagen Corporativa/Institucional**
- 11 Negocios al público/Supermercados/Shoppings/Restaurantes**
- 12 Electrónica/Computación/Audio/Video/Accesorios**
- 13 Medios de comunicación/Publicaciones**
- 14 Recreación/Placer/Tiempo Libre/Espectáculos/Juguetes**
- 15 Transporte/Viajes/Turismo**
- 16 Servicios Públicos y Privados/Telefonía/Electricidad/Correo/Gas/Agua/Salud/ Enseñanza Privada**
- 17 Campañas Productos**
- 18 Campañas Servicios**
- 19 Campañas Bien Público**
- 20 Campañas Corporativas**
- 21 Varios**

Televisión/Cine (solamente)

- 22 Bajo Presupuesto (Hasta US\$ 10.000)**

Radio (solamente)

- 23 Jingles**
- 24 Música Original**
- 25 Audio logo**

Vía Pública (*outdoor*)

- 26 Institucional
- 27 Productos
- 28 Servicios
- 29 Campañas

NOTA: el material que se inscriba en campañas y también en piezas separadas, deberá abonar el arancel correspondiente a cada inscripción. No se aceptarán comerciales de televisión que superen los tres minutos de duración.

Técnicas de Producción Audiovisual

- 30 Dirección General
- 31 Dirección de Actores
- 32 Dirección de Arte
- 33 Fotografía
- 34 Edición
- 35 Animación Computada
- 36 Efectos Especiales
- 37 Producción General
- 38 Música Adaptada
- 39 Música Original
- 40 Jingles
- 41 Audio logo

Interactivo

- 42 **Banners (espacio fijo)**: todas las inscripciones en esta categoría deben ser concebidas según los tamaños estándares de la industria. No deben extenderse más allá de sus bordes y pueden ser interactivos dentro de esos límites.
- 43 **Banners (rich media/dinámicos)**: incluye dinámicos e interactivos que se expanden más allá de sus dimensiones originales.
- 44 **Beyond-the-Banner**: páginas de destino, interstitials, superstitials y microsites.
- 45 **Hot Sites**: de producto o campaña específica, con un tiempo determinado y finito de permanencia en el aire.
- 46 **Juegos Online**: obligatoriamente deben incluir promoción de una marca.
- 47 **Online (movies y producciones independientes)**: concebidos *exclusivamente* para su difusión online, en sitios corporativos o específicos de emisión de videos. No son válidas adaptaciones de spots de televisión o realizaciones creadas para otros medios.
- 48 **Campañas Interactivas**: de 2 a 4 piezas de un mismo producto o servicio, utilizando alguna de las categorías interactivas antes mencionadas.

Innovación en Medios

Medios

- 49 Televisión / Cine / Radio**
- 50 Gráfica**
- 51 Instalaciones en Vía Pública**
- 52 Eventos / Promociones / Medios no tradicionales**
- 53 Internet**
- 54 Medios combinados**
- 55 Auspicios**
- 56 Advertainment**

Público Objetivo

- 57 Niños/Jóvenes**
- 58 Adultos**
- 59 Business to business**

Diseño/Marketing Directo

- 60 Packaging de productos:** envoltorios, cajas, empaques, bolsas, envases, etc.
- 61 Correo directo (formato bidimensional):** piezas planas, folletos, cupones, cartas de venta, catálogos, invitaciones, reportes de auditoría, calendarios, memorias y balances, etc.
- 62 Correo directo (formato tridimensional):** corpóreos, desplegados, troquelados, folletos, cupones, cartas de venta, catálogos, invitaciones, reportes de auditoría, balances, etc.
- 63 E-mail y celulares:** informaciones -institucionales, de venta o de bien público- enviadas por correo electrónico o celular.
- 64 Acciones de campo:** puerta a puerta, merchandising, guerrilla, etc.
- 65 Medios combinados:** acciones de un mismo producto o servicio que involucren el uso de cualquiera de las alternativas antes descriptas (categorías 61/62/63/64).

Disciplina Especial

- 66 Campañas integrales:** esta nueva disciplina contempla todas las campañas que hayan sido desarrolladas para más de dos medios o disciplinas antes descriptas en este reglamento (pudiéndose presentar hasta un máximo de cinco medios diferentes). En el caso de que en uno de esos medios el mensaje forme parte de una campaña, se deberán inscribir todos los mensajes que integren dicha campaña (tres comerciales de televisión, tres avisos de gráfica, etc.) y será contado como una sola disciplina. Por ejemplo: tres comerciales de televisión deben adicionarse como mínimo a cualquier otra pieza o campaña de otro medio para poder participar en Campañas integrales.

Estudiantes Creativos (Gráfica)

- 67 Productos**
- 68 Servicios**
- 69 Institucional**
- 70 Bien Público**

Maratón Jóvenes Creativos

Participan duplas creativas de hasta 28 años de edad, que trabajen en agencias de la región. Serán seleccionadas por el representante del FIAP de cada país. Durante la semana del festival, a realizarse en Buenos Aires, las duplas crearán sus propuestas en base a un *brief* que se les entregará el mismo día. La organización les proveerá elementos y materiales, para que en un tiempo máximo de 24hs entreguen sus trabajos. Los ganadores serán seleccionados por un jurado integrado por destacados profesionales iberoamericanos en actividad. Los participantes serán invitados especiales del FIAP y tendrán acceso libre a todas las conferencias y exhibiciones del festival.

NOTA: los interesados deben contactarse con la representación FIAP de su país o a través de fiap@fiap.com.ar

Requerimientos de envío

La recepción del material se llevará cabo hasta el miércoles 15 de abril de 2009. Todas las piezas inscriptas deben enviarse digitalmente de manera *online* a través del Sistema de Inscripción del FIAP. Para ello se debe ingresar en www.fiaponline.net y clicar en el **Banner de Inscripción FIAP 2009** que direccionará al sitio web en el que los participantes deberán registrarse como usuarios y luego comenzar con el proceso de inscripción y envío del material. El material de la disciplina Diseño y Marketing Directo podrá, además de su envío online (obligatorio), enviarse de forma física tal cual fue concebido y producido, por correo postal, para una mejor apreciación por parte del jurado (Ver especificaciones en *Pautas de Envío*).

Instrucciones de envío y forma de pago

Las fichas de inscripción de cada pieza deben completarse *online* en el momento de inscripción y envío del material.

Luego de completar las fichas y adjuntar los archivos correspondientes, el participante deberá seleccionar la opción “**Finalizar proceso de inscripción**”. Seguidamente, FIAP enviará por mail, a la dirección indicada por el participante en la ficha de inscripción general, los pasos a seguir para efectuar el pago por el total de las piezas y/o campañas inscriptas.

El pago debe realizarse en dólares estadounidenses por la totalidad de los derechos de inscripción del material enviado.

Pasada la fecha de admisión no será reintegrado importe alguno por anulación de inscripciones.

Inscripciones Personales

Para realizar las inscripciones personales de asistencia al festival debe completarse la **Ficha de Inscripción Personal** correspondiente, la cual se encuentra disponible para descargar en el sitio web del FIAP. Una vez completa con los datos requeridos debe enviarse a

inscripciones@fiap.com.ar

Recibida la Ficha de Inscripción Personal se especificarán por e-mail (a la dirección desde donde se envió la Ficha) los pasos a seguir para efectuar el pago de la inscripción.

Premios

Sol de Oro, Plata y Bronce para los ganadores en cada categoría (excepto Campañas Integrales). ***Es condición en FIAP -sin excepción- que no se compartan los primeros premios: Sol de Oro, Sol de Platino y Gran Sol de Iberoamérica.***

Sol de Oro recibe trofeo (un Sol de Oro por categoría).

Sol de Plata y Sol de Bronce reciben diplomas (se podrán otorgar hasta dos Soles de Plata y hasta tres Soles de Bronce por categoría).

Sol de Oro para la mejor inscripción de cada país concursante (recibe trofeo).

Gran Sol de Iberoamérica para Televisión, Gráfica, Radio, Vía pública, Interactivo e Innovación en medios (reciben trofeo).

La categoría *Campañas Integrales* (categoría 66) sólo otorga un **Sol de Platino** al mejor trabajo seleccionado (recibe trofeo).

No concursarán por el Gran Sol de Iberoamérica las categorías: 9, 19, 30 a 41 y 60 a 70.

Finalistas reciben diploma.

Agencia/Productora/Anunciante del año

Serán distinguidos la agencia, la productora y el anunciante que acrediten la mayor cantidad de puntos, de acuerdo a la siguiente escala:

Gran Sol de Iberoamérica	10 puntos
Sol de Platino	10 puntos
Sol de Oro	7 puntos
Sol de Plata	5 puntos
Sol de Bronce	3 puntos
Finalista	1 punto

Nota: los premios País no se computan para esta calificación.

La presente lista no agota otras distinciones y premios del FIAP. Asimismo se podrán instituir Menciones de Honor en las disciplinas y/o categorías que el Jurado entienda acrediten méritos. En todos los casos, el titular del premio será quien haya realizado la inscripción.

Los organizadores podrán evaluar la admisión de otros premios ofrecidos por gobiernos, instituciones, entidades internacionales y nacionales, relacionadas con el quehacer publicitario y la comunicación en general.

Jurado

Los jurados son designados -con la aprobación de los organizadores- por los representantes del FIAP en los países acreditados. El presidente del Jurado es designado por el comité organizador del FIAP.

Observaciones

Los premiados en el FIAP se comprometen a utilizar en su promoción o publicidad la denominación correcta del premio recibido. En el rubro *Interactivo* los premiados podrán incorporar en su página principal el logotipo del festival que acredita el premio obtenido, con un link al website del FIAP. Toda consideración no prevista en el presente reglamento será resuelta por el Comité Organizador y su decisión será inapelable.

La sola inscripción en el FIAP, implica la aceptación de su reglamento y la autoridad de los organizadores.

FIAP no se responsabiliza por la calidad de origen de los archivos enviados por los participantes. El material será chequeado y clasificado. En caso de tener alguna falla técnica, el departamento de sistemas del festival notificará al participante, siempre y cuando los archivos hayan sido cargados al sistema con 10 (diez) de antelación al cierre de inscripción del material (5 de abril de 2009). Si el material fue enviado con posterioridad a dicha fecha, FIAP lo exhibirá -tanto al jurado como al público asistente- tal como fue recibido y será considerado inscripto.