

BASES

“1er PREMIO Non SPOT, A LA CREATIVIDAD EN MEDIOS”

Se busca premiar la mejor idea en el uso de los medios de Atres Advertising (Televisión, Radio, Prensa, Cine e Internet) a partir de 3 briefings dados por las empresas colaboradoras (Vodafone, Heineken y Visionlab).

Premios

Se darán 4 premios:

- Premio multimedia: 3.000 € a la mejor campaña, independientemente de la marca elegida.
- 3 prácticas remuneradas en las empresas colaboradoras (Vodafone, Heineken y Visionlab).

Características de los Trabajos

Los autores pueden ser estudiantes o profesionales.

Los grupos solo podrán participar para el Premio multimedia que se repartirá entre sus componentes.

Para optar tanto a las prácticas remuneradas como al premio Global deberán presentar sus trabajos de forma individual.

Formato: Story board (Power Point, Word...), acompañado de una presentación en texto (de la manera más gráfica posible que explique el desarrollo de la idea creativa, su aplicabilidad a los distintos medios y las razones por las que se han elegido esos formatos.

Los trabajos deben ser acciones **no convencionales**, para medios Convencionales (es decir, no utilizar spots convencionales, cuñas ni páginas de publicidad tipo) y **utilizar al menos tres** de estos medios (Televisión, Radio, Prensa, Cine e Internet).

Correo: Deberán enviar sus trabajos a la dirección C/Marqués de Monteagudo, 24 1ª a la atención de Hernán Pérez del Pulgar Chato o al e-mail: hpdelpulgar@periodicopublicidad.com

Inscripción

- La inscripción es gratuita, sólo se tendrá que rellenar una pequeña ficha con datos del participante que se podrá descargar desde la página web de El Periódico de la Publicidad www.periodicopublicidad.com o en la página www.premiosnonspot.com.
- El plazo máximo para la entrega de todos los materiales es el **29 de Noviembre del 2007**.
- Los materiales entregados, quedarán en propiedad de El Periódico de la Publicidad, ATRES advertising y las empresas colaboradoras. Una vez recibidos los materiales no serán devueltos.



¿Te gustaría hacer una campaña para?

Organizado por:



Buscamos ideas
NON CONVENCIONALES



Buscamos personas con ideas nuevas, capaces de hacerlas brillar en todos los medios de forma "non convencional". Si tienes algo grande en la cabeza, participa en la **1ª EDICIÓN PREMIOS NON SPOT** de ATRES ADVERTISING. Puedes ganar 3.000 euros y un training con nuestros patrocinadores. Mira las bases en www.premiosnonspot.com

Datos del Participante

Nombre y Apellidos*:

Datos Referidos a los Trabajos: Rellenar un boletín por cada campaña presentada

Título de las campañas:

Nº de piezas por campaña:

Datos de localización

Universidad*:

Teléfono*:

E-mail*:

Dirección:

Código Postal:

Localidad y Provincia:

*Campos obligatorios.

PASOS PARA GANAR LOS PREMIOS NON SPOT

- 1.- Descárgate las Bases y la Ficha de Inscripción.
- 2.- Descárgate el briefing con el que deseas participar y léelo con atención.
- 3.- Desarrolla tu idea creativa sobre cómo utilizar los medios para lograr el objetivo del anunciante.
- 4.- Recuerda que se trata de ser creativo en el uso de los medios, no de tener ideas brillantes para un spot de TV o para anuncios de prensa, radio etc.
- 5.- **No** puedes utilizar **spots convencionales**, ni **cuñas de radio** ni **páginas de publicidad tipo**.

Son otros formatos los que nos interesan.

- 6.- Sí puedes recurrir a formatos ya existentes en TV (patrocinio, morphing, menciones, telepromociones, microespacios...), Radio (entrevistas, menciones, patrocinios, micos...) o Prensa (encartes, falsas portadas...). Combínalos de manera ingeniosa, original y eficaz.
- 7.- Trata de crear formatos que no hayas visto nunca, que te gustaría ver o que creas que puede ser eficaces.
- 8.- En definitiva, sé innovador en el uso de los medios.
- 9.- Debes utilizar al menos 3 de los siguientes medios: Televisión, Radio, Cine, Prensa gratuita e Internet.
- 10.- Plasma tu idea en una breve presentación de Power Point y acompaña la presentación de un texto que explique el desarrollo de tu idea creativa, su aplicabilidad a los distintos medios y las razones por las que has elegido ese formato.
- 11.- Envía tu creatividad a la dirección hpdelpulgarc@periodicopublicidad.com. O a la dirección de El Periódico de la Publicidad.