



Premios GENIO

al Mejor Uso Creativo de los Medios

Convoca:

cmvocento

Bases de Participación

1.- Principios de los Premios GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios

Los Premios GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios nacen a iniciativa de CMVOCENTO con el fin de impulsar la creatividad e innovación en el uso de los medios y reconocer la valentía de Anunciantes, Agencias de Publicidad y Agencias de Medios en la creación y utilización de nuevos formatos publicitarios y en la creatividad aplicada a formatos ya conocidos.

Se trata del único certamen promovido por un gran grupo de comunicación que premia la excelencia e innovación en el uso creativo de los medios y en el que resultan premiados los tres agentes que participan en el proceso de una campaña: Anunciante, Agencia de Publicidad y Agencia de Medios.

La intención de CMVOCENTO con la creación de los Premios GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios es que sirvan de plataforma de exhibición y reconocimiento público a las mejores campañas publicitarias que hayan sido realmente innovadoras en la utilización de los medios y en el uso de la creatividad aplicada a formatos convencionales.

Podrán concurrir a los Premios GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios, todos aquellos trabajos de publicidad difundidos en España por cualquier medio de difusión controlada, **entre el 1 de enero de 2008 y el 15 de mayo de 2009**, a través de PRENSA, REVISTAS y SUPLEMENTOS, RADIO, TELEVISIÓN, CINE, EXTERIOR, INTERNET y PUBLICACIONES TÉCNICAS DE PUBLICIDAD Y MARKETING. Los trabajos tienen que haber sido realizados en nuestro país para su difusión nacional o internacional, o puede tratarse de adaptaciones para España de trabajos publicitarios realizados en otros países.



2.- Fechas y lugar

El plazo de inscripción de trabajos y recepción de materiales finaliza el 15 de julio de 2009.

La ceremonia de entrega de los Premios GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios tendrá lugar el próximo mes de octubre de 2009.

3.- Requisitos

1.- Pueden participar todas las agencias de publicidad, estudios creativos y de diseño, anunciantes y agencias de medios que operen en España.

2.- La inscripción de piezas es gratuita.

3.- Se pueden inscribir los trabajos en cualquiera de las ocho categorías enumeradas a continuación:

MEJOR USO CREATIVO DEL MEDIO PRENSA
MEJOR USO CREATIVO DEL MEDIO SUPLEMENTOS y REVISTAS
MEJOR USO CREATIVO DEL MEDIO RADIO
MEJOR USO CREATIVO DEL MEDIO TELEVISIÓN
MEJOR USO CREATIVO DEL MEDIO CINE
MEJOR USO CREATIVO DEL MEDIO INTERNET
MEJOR USO CREATIVO DEL MEDIO EXTERIOR
MEJOR USO CREATIVO DE PUBLICACIONES TÉCNICAS DE PUBLICIDAD Y
MARKETING

4.- Cada inscripción debe estar autorizada previamente por Anunciante, Agencia de Medios y/o Agencia de Publicidad o Diseño.

5.- No existe limitación en el número de trabajos inscritos por una Agencia y por un Anunciante en las ocho categorías existentes.

6.- Los trabajos a concurso deben haber sido difundidos por cualquiera de los medios citados entre el 1 de enero de 2008 y el 15 de mayo de 2009; aunque el inicio de la campaña o acción de comunicación podrá ser anterior al 1 de enero de 2008. Los trabajos podrán estar en curso siempre y cuando se hayan iniciado en las fechas de



difusión señaladas, por tanto **no se aceptarán aquellos trabajos cuyo inicio sea posterior al 15 de mayo de 2009.**

7.- No se aceptarán trabajos que hayan sido rechazadas por Autocontrol de la Publicidad o por los tribunales de justicia.

8- La empresa/s propietarias de los trabajos autorizan a la organización de los Premios GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios a proyectar o publicar, en presentaciones públicas o privadas, los trabajos a concurso y su posible compilación en cualquier formato que sirva de base documental de los Premios para su uso público.

4.- Jurado

Los trabajos serán seleccionados por un Jurado formado por profesionales de la máxima solvencia dentro de la industria publicitaria. Contará con un máximo de doce miembros de los que uno de ellos será nombrado presidente:

Un máximo de cinco creativos de Agencia de Publicidad

Dos publicitarios de Agencia de Medios

Dos Anunciantes

Un representante de VOCENTO o de CMVOCENTO

Un experto en el sector publicitario; asociación, prensa técnica, consultoría, institución académica.

El Jurado nombrará un presidente. Asimismo nombrará un secretario del Jurado quien tendrá voz pero no voto. En caso de empate el presidente del Jurado tendrá el voto de calidad.

Todos los miembros del Jurado se comprometen por escrito a guardar confidencialidad sobre las deliberaciones, decisiones y premiados resultantes de sus reuniones.

Con motivo de la vinculación de VOCENTO con el Festival Publicitario de Cannes, se invitará formalmente a los representantes españoles del Jurado internacional de Cannes Lions de cada año a formar parte de Jurado de los Premios GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios .



5.- Fases de votación

El Jurado trabajará en las siguientes fases:

- 1.- En la primera fase se distribuirán todos los trabajos inscritos entre los miembros del Jurado para una primera evaluación.
- 2.- En la segunda fase cada miembro del Jurado analizará todos los trabajos para determinar la Lista Corta.
- 3.- Se celebrará una reunión en la que el Jurado elegirá el Palmarés.

En función del número del volumen de trabajos a concurso, la primera y la segunda fase se podrán unificar.

Entre todas las campañas que concurren a los Premios GENIO 2009 el Jurado tendrá la potestad de elegir el **Gran Premio GENIO**, como reconocimiento a su excelencia en la utilización integrada de los medios.

La votación de los jurados se basará en los siguientes **elementos de valoración**:

- Originalidad del formato
Se valorará la fórmula innovadora utilizada en un trabajo, la búsqueda de formatos poco usuales.
- Adaptación de la creatividad al nuevo formato
Se valorará que el mensaje creativo del trabajo salga reforzado por la adecuación al formato utilizado.
- Creatividad en un formato convencional
Se valorará la creatividad del trabajo aplicado a un formato ya conocido.
- Adecuación al medio y a sus contenidos
Se valorará la aportación de la calidad, modernidad e innovación del trabajo adecuadas al medio y a sus contenidos.
- Dirección de Arte
Se valorará la calidad artística en el diseño del trabajo.
- Impacto y notoriedad del formato
Se valorará el impacto y la notoriedad alcanzada con la implementación del nuevo formato y con la creatividad aplicada a un formato ya conocido, explicada en la forma que el Anunciante con sus Agencia consideren más oportuno.



6.- Participación

La participación en los Premios GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios es gratuita.

El formulario de inscripción se puede enviar online desde la página www.premiosgenio.com, si bien el documento CERTIFICACIÓN CONJUNTA, debe ser enviado por fax al número 91.319.83.20 y el original por correo postal a la dirección:

Ref: PREMIOS GENIO
C/ Mártires de Alcalá, 4- 2ª planta
28015 - Madrid

Para cumplimentar la participación se tienen que seguir los siguientes pasos:

1.- Formulario de inscripción y Certificación Conjunta

Cada participante debe cumplimentar por cada inscripción a concurso el documento FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN y el de CERTIFICACIÓN CONJUNTA.

En cada formulario de inscripción, será necesaria la siguiente información:

- 1.A. Descripción del objetivo/s de comunicación (*máximo 50 palabras*)
- 1.B. Descripción del Público Objetivo (*máximo 50 palabras*)
- 1.C. Descripción de la cualidad de innovación en el uso de un formato ya conocido o de la absoluta novedad en el uso del medio (*máximo 100 palabras*)
- 1.D. Descripción de la notoriedad e impacto alcanzados por la pieza o campaña (*máximo 100 palabras*)



2.- Materiales para Prensa, Revistas y Suplementos, Exterior y Publicaciones Técnicas de Publicidad y Marketing

2.A. Tablero de presentación de la campaña en formato digital.

Se debe enviar en formato JPG, 300 dpi un **Tablero de Presentación** con las claves visuales que el participante considere oportunas para la descripción de su trabajo, y un breve resumen de la información indicada en el Formulario de Inscripción que sirva de explicación de las claves visuales.

En este tablón no deben figurar referencias a la agencia de publicidad.

2.B. Material de apoyo.

La Organización admite todo aquel material de apoyo que sirva para complementar la valoración de la pieza o campaña.

3.- Materiales para Internet, TV/Cine y Radio

3.A. Para trabajos de Internet indicar la URL en el formulario de inscripción. Si ya no estuviera activa en internet, habrá que indicar el servidor donde poder acceder al trabajo.

3.B. Los spots de TV/Cine se presentarán en formato mpg. Si el uso del cine necesita ser explicado por su interacción con el espectador, se debe proceder a enviar el tablón de presentación con la descripción que precise.

3.C. Para trabajos de radio debe enviarse un CD en formato mp3.

7.- Premios

Todos los casos finalistas que formarán parte de la Lista Corta, se darán a conocer en el mes de septiembre de 2009 y serán merecedores de un certificado acreditativo de su condición de finalistas en los Premios GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios.

Los ganadores de cada categoría (un premio en cada una), se harán públicos en el transcurso de la *Gala de la Publicidad*, que tendrá lugar el próximo mes de octubre de 2009. Esta Gala se celebra como homenaje a la creatividad publicitaria española y en



ella se hace entrega de los Leones obtenidos en el Festival Publicitario de Cannes Lions, del que VOCENTO es representante oficial en nuestro país.

Cada uno de los ganadores en cada categoría recibirá tres trofeos; uno para el Anunciante, uno para la Agencia Creativa y uno para la Agencia de Medios. Los galardonados con el Gran Premio GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios, recibirán un reconocimiento adicional.

El Jurado podrá declarar desierta una o varias categorías, incluso el Gran Premio GENIO al Mejor Uso Creativo de los Medios.

8.- Derechos

Salvo petición expresa de confidencialidad, los trabajos presentados, resulten o no ganadores, quedarán en poder de la Organización del certamen, quien se reserva el derecho a publicarlos y utilizarlos con fines divulgativos, educativos y/o de formación profesional o cualquier otro. La participación supone la aceptación expresa de las presentes bases de participación.