

## REGRAS PARA INSCRIÇÕES NA COMPETIÇÃO CYBER LIONS 2007

### Objetivos do Festival

O Festival Internacional de Publicidade - Cyber Lions - oferece aos especialistas em comunicação digital do mundo toda a oportunidade de se promoverem ao submeter seus melhores e mais criativos trabalhos neste evento internacional único.

### Datas e Local

O 54° Festival Internacional de Publicidade será realizado em Cannes, França, de domingo, 17, a sábado, 23 de junho de 2007. Todos os trabalhos inscritos serão exibidos no Palais des Festivals. A Cerimônia de Premiação da competição Cyber Lions será realizada na quarta-feira, 20 de junho de 2007.

### A. Elegibilidade

1. O Festival está aberto a todos os envolvidos em comunicação digital do mundo todo, tais como agências de publicidade, agências de web design, publicitários, etc.
2. Nenhuma inscrição poderá ser realizada sem a prévia autorização do anunciante/proprietário dos direitos do anúncio.
3. Todos os trabalhos inscritos **devem ter sido criados** para serem inseridos na Internet ou outros canais digitais, exceto os trabalhos inscritos na categoria E03 - Outros Vídeos Digitais. Por favor, observe que inscrições de CD-ROM não são elegíveis e deverão ser submetidas na competição Direct Lions.
4. Todos os trabalhos inscritos devem ter sido produzidos envolvendo um contrato normal de pagamento com um cliente, exceto os da categoria organizações sem fins lucrativos. Esse cliente deve ter pagado integralmente ou a maioria dos custos de mídia. O Festival se reserva o direito de solicitar a agenda completa de mídia de cada empresa participante para verificar a autenticidade do(s) anúncio(s) no evento do trabalho inscrito estar listado na shortlist ou for o vencedor.
5. Todos os websites devem poder ser acessados em PC por meio do Internet Explorer 6.0 ou versões superiores.
6. Todos os anúncios devem ter sido **lançados pela primeira vez entre 1° de março de 2006 e 30 de abril de 2007**. Os trabalhos inscritos não poderão ser retirados do Festival, sob qualquer pretexto, **APÓS 4 de maio de 2007**.
7. Os trabalhos inscritos não podem ter concorrido no Festival em anos anteriores.
8. Os Organizadores podem recusar a inscrição de trabalhos que ofendem sentimentos nacionais, religiosos ou a sensibilidade do público.
9. Qualquer trabalho inscrito que, até o último dia de julgamento, inclusive, tenha infringido quaisquer regulamentos legais ou códigos éticos de seu país de origem, não será elegível. É de responsabilidade do participante informar aos Organizadores do Festival caso tenha havido qualquer transgressão antes do julgamento ou da Cerimônia de Premiação

### B. Julgamento

Um Júri internacional julgará os trabalhos inscritos.

### Etapas do Julgamento:

Em uma votação preliminar serão selecionados os trabalhos que farão parte da shortlist. Um sistema de votação computadorizado seleciona as notas mais altas em cada categoria. Uma votação posterior determina a classificação em cada categoria a qual será a base para discussão do Júri e a premiação dos Cyber Lions de Ouro, Prata e Bronze. Três troféus Grand Prix serão concedidos aos melhores trabalhos entre os vencedores dos Cyber Lions de Ouro – um para Websites e Campanhas Interativas, um para Publicidade Online e Outra Publicidade Online e um para Publicidade Viral. Em todas as etapas do julgamento, um jurado não poderá votar em qualquer trabalho apresentado por sua(s) agência(s) em seu país. A decisão do Júri para todas as questões relacionadas à premiação será definitiva e soberana.

### C. Premiação

Os prêmios serão os seguintes:

**Três Troféus Grand Prix** deverão ser outorgados pelo Júri na competição Cyber Lions, um para Websites e Campanhas Interativas, um para Publicidade Online e Outra Publicidade Online e um para Publicidade Viral. Os prêmios serão entregues às empresas que os inscreveram. Trabalhos inscritos nas categorias caridade e serviços públicos não poderão concorrer ao Troféu Grand Prix.

Em cada categoria, o Júri concederá **Lions de Ouro, Prata e Bronze** aos trabalhos julgados e merecedores de tais prêmios. Esses prêmios serão dados às empresas que os inscreveram.

Todos os trabalhos incluídos na **shortlist** receberão um certificado.

O **Prêmio Network do Ano** será entregue à rede de agências que venha a obter a pontuação mais alta no conjunto dos trabalhos inscritos nas seções Film, Press, Outdoor, Radio, Media, Cyber, Direct, Promo, Titanium e seções Integradas. Para fazer parte da rede em que toca o cálculo da pontuação, a empresa em questão deve ser a principal ou de propriedade majoritária da rede. Os participantes serão solicitados a declarar qual, se é que existe, a rede de agências a que cada trabalho inscrito está afiliado no momento da inscrição. O cálculo para o Prêmio Network do Ano será baseado na combinação de pontos ganhos pela rede de agências para

TODOS os seus prêmios e TODOS os trabalhos da shortlist. Se um trabalho for incluído na shortlist e posteriormente receber um prêmio, o ponto da shortlist não mais será computado. Na possibilidade de um empate, a classificação levará em conta a importância dos prêmios obtidos, por ordem: Grand Prix, Lions de Ouro, Prata e Bronze e, se necessário, todos os pontos da shortlist.

A pontuação para o **Prêmio Netowrk do Ano** será calculada da seguinte forma:

Titanium Grand Prix: 12 pontos  
Todos os demais Grand Prix: 10 pontos  
Titanium Lion: 10 pontos  
Lion de Ouro / Promo Lion / Integrated Lion: 7 pontos  
Lion de Prata: 5 pontos  
Lion de Bronze: 3 pontos  
Incluído na shortlist: 1 ponto

O **Prêmio Agência Interativa do Ano** será entregue à agência que venha a obter a pontuação mais alta no conjunto dos trabalhos inscritos nas seções do Cyber Lions, independente de terem sido inscritos pela agência ou terceiros. A contagem de pontos para o Prêmio Agência Interativa do Ano terá será baseada em todos os prêmios ganhos pela agência, mas incluirá um **máximo** de 10 pontos para trabalhos incluídos na shortlist. Entretanto, na possibilidade de um empate, a classificação levará em conta a importância dos prêmios obtidos, por ordem: Grand Prix, Lions de Ouro, Prata e Bronze e, se necessário, todos os pontos da shortlist.

A pontuação para o **Prêmio Agência do Ano** será calculada da seguinte forma:

Grand Prix: 10 pontos  
Lion de Ouro: 7 pontos  
Lion de Prata: 5 pontos  
Lion de Bronze: 3 pontos  
Incluído na shortlist: 1 ponto

**Para informações adicionais sobre os cálculos para se determinar a Agência Interativa do Ano acesse:**  
<http://www.canneslions.com/submit/rules.cfm>

#### **D. Prazo final para inscrição: 23 de março 2007**

Todos os materiais, documentos e pagamentos devem ser recebidos pelo escritório do Festival em Londres ou através de nosso website [www.canneslions.com](http://www.canneslions.com) até a data acima mencionada.

#### **E. Requisitos para Inscrição**

1. Somente uma das partes envolvidas poderá inscrever o trabalho, o que deve ser previamente acordado entre elas. Na possibilidade de dois participantes diferentes inscreverem um mesmo trabalho, somente a primeira inscrição será aceita.
2. Cada trabalho constitui UMA inscrição. Os anúncios on-line, e-mails e virais que formam uma campanha devem ser inscritos e pagos individualmente, por exemplo, 3 anúncios que formam uma campanha, devem ser pagos como 3 taxas de inscrição separadas, exceto quando inscritos na categoria B01– Campanhas Interativas.
3. Teasers, onde cada execução individual não tiver significado próprio e nos quais o nome do produto/marca aparecer uma única vez, são normalmente considerados como uma inscrição.
4. Os Organizadores do Festival tentarão alterar a categoria original de inscrição de um trabalho para uma outra mais apropriada, se assim julgarem necessário. O Júri, entretanto, não poderá alterar a categoria da inscrição durante o julgamento.
5. Você deve submeter uma URL que dê acesso direto ao trabalho inscrito. Páginas de abertura serão permitidas somente quando não houver, **RIGOROSAMENTE, nenhuma menção à marca da agência (branding)** ou referência a qualquer pessoa que trabalhou no projeto. Uma breve sinopse do trabalho, o título e o nome do cliente podem ser incluídos na página de abertura. Não submeta páginas de abertura que levem a mais de um trabalho inscrito.
6. Todos os trabalhos inscritos serão processados e arquivados em 4 de maio de 2007. Todos os trabalhos vencedores e incluídos na shortlist serão comparados às versões arquivadas para assegurar que o conteúdo não tenha sido alterado substancialmente após 4 de maio e antes do julgamento no Festival. Alterar o conteúdo ou apresentação do trabalho inscrito após 4 de maio de 2007 poderá resultar na desqualificação do mesmo.
7. Todos os trabalhos submetidos na categoria de publicidade on-line devem mostrar o anúncio no contexto de uma webpage, conforme exibidos originalmente.

Preparamos algumas dicas para ajudá-lo na inscrição em <http://www.canneslions.com/submit/rules.cfm> (veja Dicas para Inscrições no Cyber Lions)

Por motivo de imparcialidade no julgamento, não poderá haver menção à marca da empresa (branding) em qualquer parte do material de inscrição nem referência a qualquer pessoa que tenha contribuído para o trabalho inscrito.

#### **Cada participante deverá fornecer os seguintes itens para cada inscrição:**

Todos os Formulários de Inscrições devem ser preenchidos online em [www.canneslions.com](http://www.canneslions.com), incluindo uma página para pagamento de inscrições e o formulário de inscrição.

Por favor, certifique-se que o trabalho inscrito esteja acessível on-line não mais tardar do que 1 de maio de 2007 e até 30 de setembro de 2007

Trabalhos que não puderem ser acessados no momento da análise devido a longos períodos de queda do servidor não serão

considerados pelo Júri posteriormente. Obs.: o julgamento ocorrerá entre 13 e 22 de junho de 2007

Os trabalhos inscritos na categoria de **Publicidade Viral devem** incluir o maior número de informações sobre os resultados e a eficácia, preferivelmente o número de acessos/hits/forwards/spread/usuários etc. Por favor, observe que na ausência de resultados, o Júri poderá não votar no trabalho

Somente as informações contidas nos formulários serão reproduzidas em material impresso, no caso do trabalho estar incluído na shortlist ou for vencedor. É muito importante que essas informações estejam corretas e completas. Por favor, certifique-se quanto às informações e créditos citados. No caso do trabalho ser incluído na shortlist ou for o vencedor, essas informações e créditos serão publicadas em nosso website durante o Festival exatamente da forma como você as digitou. Qualquer alteração ou acréscimo nos créditos realizada após 4 de maio de 2007 acarretará em custos.

É de seu próprio interesse explicar ou traduzir qualquer palavra/expressão que tenha referência social, cultural ou política e quaisquer particularidades.

Preparamos algumas dicas de como elaborar a inscrição de trabalhos em Cyber Lions. Por favor acesse

<http://www.canneslions.com/submit/rules.cfm>. Para ajuda adicional, por favor contate [cyberlions@canneslions.com](mailto:cyberlions@canneslions.com)

## F. Taxas

A taxa de inscrição para **CADA** trabalho inscrito é de **€310.00**.

O VAT (de 17,5%) é aplicável somente para os participantes do Reino Unido. Todos os países da União Européia devem fornecer seu número de registro do VAT.

O pagamento poderá ser feito por:

**Transferência bancária** para:

Nome da conta (account name): International Advertising Festival  
Número da conta (account number): 550/00/42037751  
Sort code: 60-00-01  
IBAN: GB80 NWBK 6072 1442 0377 51  
BIC/SWIFT: NWBK GB 2L  
Nome do banco (bank name): National Westminster Bank plc  
Endereço do banco (bank address): City of London Office  
PO Box 12258  
1 Princess Street  
London

EC2R 8PA

**Ou através de CARTÃO DE CRÉDITO - somente Visa, Mastercard ou AMEX.**

**Cheques não são aceitos.**

O participante deverá arcar com TODAS as despesas bancárias, sob pena de a inscrição ser recusada. Por favor, certifique-se de que o pagamento seja realizado em EUROS e que chegue ao nosso banco em EUROS.

## Devoluções:

A devolução do pagamento somente será realizada caso uma notificação por escrito, expressando o desejo do participante em retirar seus trabalhos, chegue ao escritório da administração do Festival antes de 23 de março de 2007. Após esta data, nenhum reembolso será realizado pelos Organizadores do Festival **independente de qualquer extensão no prazo máximo para as inscrições**. Os trabalhos não poderão ser retirados do Festival, e nenhuma inscrição poderá ser cancelada, sob qualquer pretexto, **APÓS 4 de maio de 2007**.

## G. Tratamento e Publicação dos Trabalhos Inscritos

1. Qualquer material submetido durante o processo de inscrição tornar-se-á propriedade dos Organizadores e não poderão ser devolvidos.
2. Os participantes poderão ser solicitados a apresentar material adicional de qualquer trabalho incluído na shortlist ou vencedor para utilização no DVD dos vencedores e em publicações promocionais e exposições promovidas após o Festival.
3. Com o objetivo de promover o Festival, todo participante autoriza os Organizadores do Festival a publicar ou exibir os trabalhos em apresentações públicas ou privadas, com ou sem ônus, em qualquer meio, em data e local em que os Organizadores julgarem apropriado.
4. Além disso, todo participante se compromete a autorizar o empréstimo ou a venda dos trabalhos pelos Organizadores do Festival, para qualquer organização pública ou privada que se mostre interessada, com o objetivo de promover, direta ou indiretamente, o Festival Internacional de Publicidade.
5. Qualquer trabalho poderá ser compilado pelos Organizadores do Festival numa coletânea. Essa coletânea não poderá ser copiada, negociada ou vendida, nem em sua íntegra e nem sequer em parte, por nenhuma outra organização senão a do Festival ou qualquer outra organização por ele autorizada. Todo participante deverá concordar em dar suporte aos Organizadores do Festival caso alguma ação legal seja movida para impedir a violação desta condição, e deverá imediatamente informar os Organizadores assim que tiver tomado conhecimento de que uma coletânea não autorizada esteja disponível para venda ou distribuição.
6. Todo participante concorda em isentar os Organizadores do Festival de qualquer reivindicação que possa ser formulada contra eles por qualquer questão relacionada à exibição ou publicação dos trabalhos. Os vencedores terão o direito de usar qualquer prêmio a eles concedido para fins promocionais, contanto que a outorga do prêmio seja corretamente mencionada.

7. Todo participante deve aceitar que os trabalhos inscritos possam ser usados no Cannes Lions Archive.
8. Todo participante garante aos Organizadores que ele tem o direito legal de participar do Festival nos termos destas Regras de Inscrição. Todo participante indenizará os Organizadores por qualquer ação movida contra eles por qualquer outra pessoa, firma ou empresa, e por todas as perdas e obrigações oriundas da violação, pelo participante, de qualquer uma destas Regras.

#### **I. Diversos**

1. Todo participante assume total responsabilidade com relação à qualidade técnica dos trabalhos e desobriga os Organizadores do Festival de qualquer responsabilidade relacionada a terceiros.
2. As Regras de Inscrição devem ser rigorosamente observadas por todos os participantes. O preenchimento e a assinatura/envio do Formulário de Pagamento de Inscrições implicam em total aceitação pelo participante das Regras do Festival. O não-cumprimento de qualquer Regra de Inscrição resultará no cancelamento automático da inscrição.
3. As decisões dos Organizadores do Festival, em todas as questões referentes ao Festival Internacional de Publicidade, são soberanas e irrecorríveis.