

REGRAS PARA INSCRIÇÕES NA COMPETIÇÃO DIRECT LIONS 2007

Objetivos do Festival

O Direct Lions oferece aos especialistas de Marketing Direto do mundo toda a oportunidade de apresentar seus melhores e mais criativos trabalhos neste evento internacional único. A definição de Marketing Direto – Direct Marketing - DM – no contexto do Direct Lions engloba a criatividade da comunicação dirigida cujo desenvolvimento tem por objetivo gerar uma reação/resposta e construir relacionamentos. O Marketing Direto NÃO está, portanto, limitado somente a trabalhos que contenham um mecanismo de resposta – cupom, número de telefone, etc. –, mas a trabalhos que tenham tido algum efeito diretamente atribuído sobre o comportamento ou experiência.

O Júri - composto por profissionais reconhecidos na comunidade de DM - fará o julgamento com base em 4 critérios: **estratégia, criatividade, execução e resultados**. Com exceção do critério **criatividade**, que corresponderá a 40% do voto, os demais conceitos terão, respectivamente, um peso de 20%.

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 Direct Lions será realizada na segunda-feira, 18 de junho de 2007.

A. Elegibilidade

1. O Direct Lions está aberto a todos os envolvidos em marketing direto e de marketing de relacionamento e comunicação no mundo todo.
2. Nenhuma inscrição poderá ser realizada sem a prévia autorização do anunciante/proprietário dos direitos do anúncio.
3. Todos os trabalhos inscritos na competição Direct Lions devem ter sido criados para serem executados e devem ter sido publicados, exibidos ou executados pela primeira vez entre 1° de março de 2006 e 30 de abril de 2007. Entretanto, os trabalhos inscritos na categoria C03 – Programas de Fidelidade/Continuidade (Loyalty/Continuity Schemes) não terão, a título de elegibilidade, restrição de datas, mas não poderão ser inscritos no Festival em 2 anos consecutivos e devem ter sido veiculados em todo ou parte do ano anterior.
4. Os trabalhos inscritos não podem ter concorrido no Festival em anos anteriores, exceto aqueles inscritos na categoria C03 - Programas de Fidelidade/Continuidade (Loyalty/Continuity Schemes).
5. Todos os trabalhos inscritos devem ter sido criados envolvendo um contrato normal de pagamento com um cliente, exceto os da categoria caridade e serviços públicos. 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.**
6. Os Organizadores podem recusar a inscrição de trabalhos que ofendem sentimentos nacionais, religiosos ou a sensibilidade do público.
7. 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 retirar tal trabalho, caso tenha havido qualquer transgressão antes do julgamento ou da cerimônia de premiação.
8. Os trabalhos não poderão ser retirados do Festival e nenhuma inscrição poderá ser cancelada, sob qualquer pretexto, **APÓS 4 de maio de 2007**.

B. Julgamento

Um Júri internacional composto por profissionais escolhidos na comunidade de DM julgará os trabalhos inscritos. A votação do Júri será fundamentada em 4 critérios: **Estratégia, Criatividade, Execução e Resultados**.

Cada trabalho inscrito receberá 4 notas cujo total constituirá o voto. Estas notas terão o seguinte peso:

Estratégia	20%
Criatividade	40%
Execução	20%
Resultados	20%

Etapas do Julgamento:

1. 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. Nesse estágio o Júri pode decidir por contatar o cliente envolvido para verificar os resultados.
2. Uma votação posterior entre os trabalhos incluídos na shortlist determina a classificação em cada categoria a qual será a base para discussão do Júri e a premiação dos Lions de Ouro, Prata e Bronze. O Troféu Grand Prix será concedido ao melhor trabalho entre os vencedores dos Lions de Ouro.
3. 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:

Um Troféu **Grand Prix** deverá ser outorgado pelo Júri na competição Direct Lions. Trabalhos inscritos nas categorias de 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 no 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 Network 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 Direct do Ano será entregue à agência que venha a obter a pontuação mais alta no conjunto dos trabalhos inscritos na seção Direct Lions, independente dos trabalhos terem sido inscritos pela agência ou terceiros. A contagem de pontos para o Prêmio Agência Direct do Ano será baseada em todos os prêmios ganhos pela agência, mas incluirá um máximo de 10 pontos para trabalhos incluídos na shortlist.

Se o mesmo trabalho for inscrito em mais de uma categoria e for incluído na shortlist e/ou ganhar mais de um prêmio, somente os pontos do prêmio mais alto serão computados. Isso se aplica tanto a trabalhos individuais como campanhas. Por exemplo, se uma campanha ganhar um Lion e uma parte dessa campanha também ganhar um prêmio, somente o maior será computado.

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 Direct 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 Direct do Ano acesse:

<http://www.canneslions.com/submit/rules.cfm>

D. Prazo final para inscrição: 16 de março de 2007

Todos os materiais, documentos e pagamentos devem ser recebidos pelo escritório do Festival em Londres 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. Todos os trabalhos inscritos devem estar relacionados a uma única peça ou uma única campanha publicitária. Trabalhos relacionados a mais de uma campanha publicitária (mesmo que promovendo o mesmo produto) devem ser inscritos e pagos individualmente.

3. Cada trabalho poderá ser inscrito em até três categorias, por exemplo, na categoria de Produtos/Serviços e/ou na categoria Mídia e/ou na categoria Estratégia. Nesse caso, o participante deverá fornecer um formulário de inscrição individual e um conjunto de materiais para cada trabalho inscrito, que será pago individualmente. Os trabalhos não podem ser inscritos em mais de uma categoria de Produtos/Serviços.

4. Os Organizadores do Festival tentarão alterar a categoria original de inscrição de um trabalho para uma outra mais apropriada antes do início do Festival, se assim julgarem necessário. O Júri, entretanto, não poderá alterar a categoria da inscrição durante o

Julgamento.

5. Todos os Formulários de Inscrições devem ser preenchidos online em www.canneslions.com, incluindo uma página para pagamento de inscrições e o formulário de inscrição. Por favor, observe que os formulários de inscrição preenchidos online não serão considerados como uma inscrição completa até que todos os materiais correspondentes tenham sido recebidos ou online ou no escritório do Cannes Lions.

No formulário de inscrição você será solicitado a responder as seguintes perguntas:

1. Descreva o brief do cliente (máximo de 100 palavras).
2. Descreva sua solução para o brief (máximo de 100 palavras).
3. Descreva os resultados o mais detalhadamente possível: no mínimo a avaliação do cliente com relação ao resultado e, de preferência, a taxa de retorno do anúncio e o retorno sobre o investimento (máximo de 100 palavras).

Por favor, observe que se os resultados **não forem** apresentados, o Júri não poderá dar uma nota para esse conceito o que poderá prejudicar o trabalho inscrito.

Por favor, certifique-se de não fazer nenhuma referência ao nome de sua agência ou empresas de criação ou pessoas na sua inscrição.

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 foram digitadas. Qualquer alteração ou acréscimo nos créditos realizada após 4 de maio de 2007 acarretará em custos.

Se você se inscrever offline, você deve submeter a parte escrita de sua inscrição em um CD-ROM compatível com PC, juntamente com sua Apresentação Digital.


F. Requisitos de/para materiais

1. MATERIAIS OBRIGATORIOS

APRESENTAÇÃO em formato digital E cópia impressa:

Você deve preparar uma **Apresentação** digital e impressa para cada trabalho inscrito.

Você deve enviá-la em formato Jpeg, 300 dpi, RGB, sendo que a parte mais longa deve medir aproximadamente 420 mm, em CD compatível com PC

Você também deve enviar uma prova/cópia impressa em tamanho A2 de sua Apresentação a qual deve ser laminada ou protegida por plástico leve. (aproximadamente 40 x 60 cm.). Para dicas de como inscrever os trabalhos no Direct Lions, clique aqui  PDF.

Esta apresentação será o resumo do seu trabalho e **NÃO DEVE ultrapassar uma página**. Essa apresentação deve conter alguns destaques visuais e um resumo claro e simples, **em Inglês**, da parte escrita (veja Formulário de Inscrição acima) com, **no máximo, 100 palavras**. Proporcionamos dicas para preparar esta apresentação e alguns exemplos de apresentações típicas para fazer sua inscrição. Certifique-se que a Apresentação se concentra **nos destaques visuais** do trabalho inscrito e **somente nos pontos chave** da sua explicação.

Por favor, certifique-se de não fazer nesta Apresentação nenhuma referência ao nome da sua agência ou referência a qualquer pessoa/empresa que trabalhou no projeto.

Estas imagens serão exibidas em quiosques interativos em Cannes para dar aos delegados a oportunidade de estudar, apreciar e aprender com os trabalhos.

2. Materiais de Suporte:

Além disso, você deve providenciar materiais de suporte relevante, conforme a categoria da inscrição:

Na categoria Mailing: 1 ou 2 cópias da peça original.

Para os trabalhos DR Print: 1 prova ou cópia do jornal, revista ou encarte, conforme apropriado.

Para os trabalhos DR TV e Infomercial: 1 MPEG2 do(s) spot(s). Inscrições em TV não devem ultrapassar 5 minutos. Se necessário, edite.

Para Mídia Alternativa (Alternative Media): 1 cópia original da peça, vídeo ou fotografias, o que for mais apropriado.

Para inscrições em Field Marketing: fotografias, vídeo ou amostras, o que for mais apropriado.

Para inscrições em Radio, por favor, forneça o anúncio em formato MP3 em CD-ROM compatível com PC.

Para inscrições digitais ou interativas, por favor, forneça a URL.

Você pode, de forma **limitada**, incluir materiais de suporte adicional, conforme apropriado.

Por favor, certifique-se que todo e qualquer material possa ser facilmente compreendido e exibido ao Júri. Os trabalhos que não foram realizados no idioma inglês devem ser traduzidos ou acompanhados de uma tradução completa. É de seu próprio interesse explicar ou traduzir qualquer palavra/expressão que tenha referência social, cultural ou política e quaisquer particularidades.

MATERIAIS & FORMATOS DAS AMOSTRAS

Todos os materiais fornecidos DEVEM obedecer aos seguintes formatos:

Vídeo: MPEG2 em um DVD ou CD-ROM compatível com PC. De forma alternativa, em fita de vídeo no formato Beta SP Pal. Por favor, observe que qualquer fita de vídeo fornecida será codificada pelo Festival e exibida ao Júri em arquivo digital. Não envie anúncios de TV ou Cinema como material de suporte se eles também estiverem na sua Apresentação Audiovisual (veja abaixo).

Print/Outdoor: em **Jpeg** 300 dpi RGB com o lado mais longo medindo 420mm em um CD-ROM. Podem também ser fornecidos as publicações originais, provas ou fotos com tamanho máximo de 64 x 48cms.

Arquivos de Rádio ou Áudio: em arquivo MP3, Bit rate 64 kbps, taxa de compressão 22:1. Fitas cassete não serão aceitas.

Embalagens e Material de Exibição: envie a própria embalagem ou display (se de tamanho razoável). Se isso não for possível ou prático, por favor, envie fotografias.

3. APRESENTAÇÃO AUDIOVISUAL DO TRABALHO INSCRITO:

Recomendamos que você prepare uma Apresentação Audiovisual (AVP- Audio Video Presentation) ou “videoclipe” para dar suporte ao trabalho inscrito. Esta AVP será exibida ao Júri durante a votação e deliberações e será utilizada, caso seu trabalho seja o vencedor, nas promoções pós Festival e no website dos vencedores do Cannes Lions. Por favor, ao enviar sua inscrição informe se há motivos, tais como licença de música, para que sua apresentação **não possa ser exibida** após o Festival.

Preferivelmente, forneça duas versões de sua apresentação da seguinte forma:

1) Versão longa: 2 a 5 minutos de duração.

Este **clipe explicativo** será visto pelo Júri durante a votação e deliberações e poderá ser utilizado, caso seu trabalho seja o vencedor, nas promoções pós Festival. Esta apresentação deve conter alguns destaques visuais – vídeo, imagens ou qualquer outro destaque adequado que explique a campanha com um comentário simples e claro em **inglês** resumindo o trabalho inscrito.

2) Versão curta: 45 a 60 segundos de duração

Você **também pode submeter** uma versão curta/editada de sua apresentação com duração entre 45 – 60 segundos. Esta versão será exibida na cerimônia de premiação caso seu trabalho seja vencedor. Novamente, esta apresentação deve conter alguns destaques visuais e um comentário simples e claro em **inglês** que resume o trabalho inscrito.

Por favor, forneça seu material audiovisual em arquivo **MPEG2** em **CD/DVD de dados compatível com PC**. Se você não puder fornecer um arquivo digital, por favor, envie uma fita de vídeo no formato Betacam SP Pal 625. Por favor, observe que qualquer fita de vídeo fornecida será codificada pelo Festival e exibida ao Júri em arquivo digital.

PADRÕES DE CODIFICAÇÃO DE ARQUIVOS MPG2

Para submeter seu trabalho no Cannes Lions 2007, por favor, codifique um vídeo de alta qualidade no formato MPEG2 Program Stream. O arquivo MPEG resultante deve conter o **Áudio e o Vídeo em um único arquivo**, codificado como Pal 25 fps, frame size 720 x 576. O Data Rate não deve exceder 8mb/s.

Por favor, NÃO envie um DVD, Windows Media Vídeo, Quicktime ou quaisquer outros formatos.

Para um exemplo de uma apresentação típica acesse: <http://www.canneslions.com/submit/rules.cfm>

Por favor, contate directlions@canneslions.com para obter ajuda adicional e instruções de como preparar sua apresentação.

F. Taxas

A taxa de inscrição para **CADA** trabalho inscrito no Direct Lions é de **€340,00**.

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.

A inscrição do mesmo trabalho em duas categorias implica no pagamento de cada uma separadamente.

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 16 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. Instruções para Postagem e Checklist

As instruções abaixo deverão ser rigorosamente seguidas:

O(s) pacote(s) contendo o(s) trabalho(s) inscrito(s) será(ao) escaneado e rastreado quando da chegada ao escritório do Festival. De forma a podermos assegurar que sua remessa possa ser facilmente rastreada, é ESSENCIAL que os participantes utilizem a etiqueta com código de barras fornecida com os formulários de inscrição quando enviar material para o escritório do Festival Cannes Lions. Por favor, utilize fotocópias caso necessário.

Se o pacote contém mais de um tipo de inscrição (ex.: Promo Lions, Print e Outdoor), por favor inclua todas as etiquetas do lado de fora da embalagem bem como nas embalagens individuais dentro do pacote.

Os Organizadores do Festival não podem aceitar a responsabilidade por inscrições extraviadas em trânsito, detidas pela alfândega ou recusadas pelo Escritório do Festival devido a custos de postagem.

Prazo final: 16 de março de 2007

Os seguintes documentos e materiais:

Formulário(s) de Inscrição e de Pagamento(s) de Inscrição(ões) em Direct Lions

Prova/cópia impressa laminada de sua Apresentação

CD compatível com PC contendo o arquivo digital de sua Apresentação

Somente para inscrições offline: CD-ROM compatível com PC com descrições por escrito (veja Formulário de Inscrição)

Materiais de suporte

Videoclipe de 2-5 minutos (caso fornecido)

Videoclipe de 45-60 segundos (caso fornecido)

Cópia do comprovante da transferência bancária, se aplicável

Devem ser enviado por courier ou correspondência registrada para:

INTERNATIONAL ADVERTISING FESTIVAL

33 Bowling Green Lane

London EC1R 0DA

Tel: +44 20 7239 3400

Fax: +44 20 7239 3430

É de seu interesse confirmar se a entrega de sua inscrição foi realizada. Entretanto, o Festival somente poderá confirmar a entrega de pacotes que tenham as etiquetas oficiais com código de barras do Festival, as quais são enviadas a todos os participantes ao completarem seus formulários de inscrição on-line. Por favor, observe o novo endereço do escritório do Festival acima.

Uma fatura proforma (a Nota Fiscal destinada ao transporte de mercadoria) deve ser incluída na remessa e deverá indicar claramente "FESTIVAL MATERIAL – NO COMMERCIAL VALUE". Se o courier exigir que seja indicado um valor, este deverá ser puramente nominal – por exemplo, £ 0.10 por apresentação.

Os Organizadores do Festival não poderão ser responsabilizados pela apresentação de trabalhos que chegarem a Londres após 16 de março de 2007.

POR FAVOR, SIGA TODAS AS INSTRUÇÕES ACIMA CUIDADOSAMENTE.

H. 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 exibições 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. Os Organizadores do Festival detêm o direito de transferir a fita de vídeo para filme ou codificá-la digitalmente.
- 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.