

## REGRAS PARA INSCRIÇÕES NA COMPETIÇÃO TITANIUM E INTEGRATED LIONS 2007

Em 2007 um júri irá julgar dois tipos diferentes de trabalhos – os de conceito inovador, em Titanium, e o que há de mais avançado em Campanhas Integradas.

O **Integrated Lions** e um **Integrated Grand Prix** serão outorgados ao mais alto padrão e ao que há de mais avançado em Campanhas Integradas que utilizem três ou mais mídias.

O **Titanium** permanece na sua forma mais pura e simboliza idéias inovadoras. É para o trabalho provocativo que aponta para novas direções. É para trabalhos que “fazem a indústria parar e repensar seu caminho”.

As inscrições em Titanium não estão restritas a um número determinado de execuções ou tipos de canal e não há limite à extensão de execução da mídia.

O júri pode outorgar Titanium Lions e um Titanium Grand Prix aos trabalhos inscritos nesta seção, mas somente quando apropriado.

Você não precisa especificar na inscrição se está submetendo um trabalho ao Titanium ou Integrated. Todas as campanhas serão consideradas pelo júri para o Integrated Lions ou Titanium Lions.

Não há categorias no Titanium e Integrated Lions. A idéia é tudo, seja para um carro ou pasta de dente, telecomunicações ou caridade, orçamento grande ou pequeno.

### Datas e local

O 54<sup>o</sup> 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 do Titanium Lions e Integrated Lions será realizada no sábado, 23 de junho de 2007.

### A. Elegibilidade

1. O Festival está aberto a todos os envolvidos em publicidade do mundo todo tais como agências de publicidade, agências de mídia, publicitários, proprietários de meios de mídia, etc.
2. Nenhuma inscrição poderá ser realizada sem a prévia autorização do anunciante/proprietário dos direitos do anúncio.
3. Todos os trabalhos inscritos ou campanhas devem ter sido criados para **serem implementados** e **TODAS AS PARTES** da campanha devem ter **sido executadas pela primeira vez entre 1<sup>o</sup> de Março de 2006 e 30 de abril de 2007**.
4. Todas as campanhas inscritas devem ter sido criadas **envolvendo um contrato normal de pagamento com um cliente, exceto campanhas 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. Os Organizadores podem recusar a inscrição de trabalhos que ofendam sentimentos nacionais, religiosos ou a sensibilidade do público.
6. Qualquer parte da campanha 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.
7. Os trabalhos inscritos não poderão ser cancelados ou retirados do Festival, sob qualquer pretexto, após o dia 5 de maio de 2006.

### B. Julgamento

Um Júri internacional julgará os trabalhos inscritos.

A votação do Júri será fundamentada nos 3 critérios listados abaixo:

A qualidade da idéia e originalidade da criatividade

Risco – o elemento que transforma esta campanha de uma boa criação em uma criação empolgante

A implementação e consistência da idéia entre os diferentes canais

### 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 Titanium e Integrated Lions. O Integrated Grand Prix poderá ser concedido a qualquer trabalho que tenha recebido um Titanium Lion. Em todas as etapas do julgamento, um jurado não poderá votar em qualquer campanha apresentada 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

Um júri fará a análise de todos os trabalhos. Após determinar os trabalhos da shortlist, o júri concederá o Integrated Campaign Lions e um Integrated Grand Prix e, possivelmente, Titanium Lions e um Titanium Grand Prix a qualquer trabalho que mereça este cobiçado prêmio.

Esses prêmios serão dados às empresas que os inscreveram.

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 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

**Para informações adicionais sobre os cálculos do Prêmio Network do Ano acesse:**

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

#### **D. Prazo Final para Inscrição: 23 de março de 2007**

Todos os materiais, documentos e pagamentos devem ser recebidos pela administração do Festival 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 campanha publicitária. Trabalhos relacionados a mais de uma campanha (mesmo que promovendo o mesmo produto) devem ser inscritos e pagos individualmente.
3. Por favor, observe que os formulários de inscrição enviados on-line não serão considerados uma inscrição completa até que os materiais correspondentes cheguem ao escritório do Festival.
4. 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, 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:

Descreva a campanha (máximo de 100 palavras)  
Descreva como a campanha foi lançada e executada entre cada canal pela ordem de implementação (máximo de 100 palavras)  
Descreva como esta campanha teve sucesso tanto junto ao cliente como o consumidor (máximo de 100 palavras)

**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 estar incluído na shortlist ou for o vencedor, essas informações e créditos serão publicados em nosso website durante o Festival exatamente da forma como foram digitadas. Qualquer alteração ou acréscimo nos créditos realizada após 4 de maio acarretará em custos.

Se você se inscrever offline, deve apresentar esta parte escrita da inscrição em um CD-ROM compatível com PC.

#### **F. Requisitos de/para materiais**

##### **1. MATERIAIS OBRIGATORIOS**

##### **APRESENTAÇÃO AUDIOVISUAL DO TRABALHO INSCRITO:**

Você **DEVE** preparar uma **Apresentação Audiovisual** (AVP- Audio Vídeo Presentation) para cada campanha. Esta apresentação, juntamente com a parte escrita, será utilizada nas deliberações do Júri e será exibida no Festival para dar aos delegados a oportunidade de analisar, apreciar e aprender com os trabalhos.

**Por favor, forneça 2 versões de sua apresentação da seguinte forma:**

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

Este **clipe explicativo** será exibido ao Júri durante a votação e deliberações e poderá ser utilizado, caso seu trabalho seja o vencedor, nas promoções pós Festival. Ele também será exibido no Festival para dar aos delegados a oportunidade de estudar, apreciar e aprender com os trabalhos. Esta apresentação deve conter alguns destaques visuais – **vídeo, imagens ou qualquer outro destaque adequado para melhor explicar a campanha**, com um comentário simples e claro em **inglês** resumindo a parte escrita (veja Formulário de Inscrição). Nossa experiência mostra que os jurados consideram esta a forma mais fácil de compreender e julgar os trabalhos inscritos.

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.

**2) Versão curta:** 45 a 60 segundos de duração

Você **também** deve submeter uma versão curta/editada de sua apresentação com duração entre 45 – 60 segundos. Esta versão será utilizada 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 a parte escrita de sua campanha.

**3) Um TVC** (vídeo com o filme comercial), caso aplicável, mas somente se o anúncio **não estiver** apresentado na íntegra no clipe explicativo.

Por favor, submeta seu material audiovisual em **MPEG2** em um **CD/DVD de dados compatível com PC**. Se você não puder fornecer um arquivo digital por favor, envie uma fita de vídeo em 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 obter ajuda adicional e instruções de como preparar sua apresentação audiovisual, por favor contate **titaniumintegrated@canneslions.com**. Preparamos uma apresentação típica em: <http://www.canneslions.com/submit/rules.cfm>

## **2. MATERIAIS DE SUPORTE**

Você deve fornecer materiais de suporte **relevantes** dependendo da campanha que está submetendo. Isto deve incluir amostras, catálogos, embalagens de produtos, fotografias, material promocional, etc., conforme apropriado. O Júri não terá tempo de avaliar materiais de suporte em excesso assim que, por favor, envie somente os mais relevantes e úteis. Todos os materiais de suporte devem ser fornecidos nos seguintes formatos:

**Provas ou fotos em formato não superior a 64 x 48 cm.**

**Todos os JPEGs devem ser no formato 300 dpi, RGB, sendo que a parte mais longa não deve ultrapassar 420mm**

**Todo material de vídeo deve ser submetido no formato Mpeg2 em CD/DVD de dados compatível com PC. Todos os arquivos de áudio devem ser submetidos em arquivo MP3 em CD compatível com PC.**

**Todos os websites ou material on-line devem ser submetidos via URL, mesmo que somente postados temporariamente para o julgamento.**

**Todos os materiais para julgamento serão exibidos ao Júri em formato digital**

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.

## **F. Taxas**

A taxa de inscrição para **CADA** trabalho inscrito em Titanium e Integrated Lions é de

**€1.000,00.**

O VAT (de 17,5%) é aplicável somente para os participantes do Reino Unido.

Todos os países da União Européia devem fornecer o 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. Instruções para Postagem**

As instruções abaixo deverão ser rigorosamente seguidas:

**O(s) pacote(s) contendo o(s) trabalho(s) inscrito(s) será(ão) escaneados e rastreados 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 poderão ser responsabilizados por trabalhos que forem perdidos ou extraviados em trânsito, retidos na alfândega ou recusados pelo escritório da administração do Festival por causa dos custos de postagem. Por favor, pague integralmente todos os custos de courier e de postagem antecipadamente até a chegada do material ao escritório do Festival.

#### **Prazo Final: 23 de março de 2007**

Os seguintes materiais e documentos:

Formulário(s) de Inscrição e de Pagamento(s) de Inscrição(ões) em Titanium e Integrated Lions

Apresentação audiovisual – versão longa de 2-5 minutos

Apresentação audiovisual – versão curta de 45-60 segundos

Materiais de suporte (caso necessário)

**Cópia do comprovante da transferência bancária, se aplicável**

**Devem ser enviado por courier ou correspondência registrada para:**

INTERNATIONAL ADVERTISING FESTIVAL

33-39 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) deverá 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, £ 0.50 por vídeo.

Os Organizadores do Festival não poderão ser responsabilizados por inscrições cujos documentos cheguem a Londres após 23 de Março 2007.

**POR FAVOR, SIGA TODAS AS INFORMAÇÕES 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 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 concorda em isentar os Organizadores do Festival de qualquer reivindicação que possa ser formulada contra eles por tal exibição ou publicação. 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 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 assinatura da Declaração e 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.