

DRAC NOVELL INTERNATIONAL 2016

Barcelona, 24 y 25 de noviembre de 2016

BASES

La Associació Empresarial de Publicitat (Gremi de Publicitat) convoca el DRAC NOVELL 2016 festival de ámbito internacional que este año celebra su 19ª edición. Tiene como principal finalidad premiar los trabajos realizados por estudiantes, que pondrán de manifiesto la alta calidad de formación que imparten las universidades y centros de enseñanza de publicidad, a la vez que pretende facilitar a estos futuros profesionales, la posibilidad de dar a conocer sus creaciones al mundo empresarial-profesional y acercar la profesión y la empresa a la comunidad universitaria.

PREMIOS DRAC NOVELL INTERNATIONAL de publicidad a las mejores campañas de acciones digitales y redes sociales, app's, audiovisuales, branded content, integrales, healthcare, prensa gráfica, radio y vía pública realizados por estudiantes o recién licenciados.

BASES

PARTICIPANTES

- 1) Podrán participar en los PREMIOS DRAC NOVELL, estudiantes y titulados recientes (hasta dos años después de acabar los estudios) de universidades y centros de enseñanza de publicidad y comunicación empresarial de todo el mundo, debiendo acreditar esta condición.
- 2) La participación podrá ser individual o en grupo.

VALORACIÓN

- 1) El Jurado valorará exclusivamente, la originalidad, la ideación, la conceptualización y todos aquellos elementos que genéricamente pueden encontrarse dentro de la creatividad.
- 2) Todas las piezas que se describen a continuación, pueden ser realizadas basándose en un producto o servicio real o imaginario, pero siempre dentro de un contexto de absoluto realismo.

IMPORTANTE: Si una campaña está compuesta por varias piezas, se deben inscribir juntas en un solo registro, siempre y cuando sean las piezas de la misma categoría.

Ejemplos:

Una campaña compuesta de 3 gráficas, enviarlas en un solo registro.

Una campaña compuesta de un spot y 3 gráficas, inscribirla en la categoría campañas integradas.

CATEGORÍAS

ACCIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES

- 1) Campañas o piezas de publicidad para:
 - a. WEBSITES Y MINISITES. Piezas de comunicación online a las que el usuario accede voluntariamente. Se consideran websites o minisites aquellos desarrollos o piezas de comunicación publicitaria interactiva en los que el usuario accede voluntariamente a la pieza tecleando una dirección URL o haciendo clic en una acción de comunicación, independientemente de su tamaño, complejidad o volumen de contenidos.
 - b. ACCIONES DE COMUNICACIÓN. Piezas de comunicación online que aparecen durante la navegación del usuario por webs y redes sociales. Se considera que una pieza es una acción de comunicación cuando su objetivo es llegar al usuario en cualquier ámbito de la red. Ya sea en su navegación por la WWW o utilizando cualquier otra aplicación, como el correo electrónico o los sistemas de mensajería instantánea.(Banners, emailmk, Richmedia,)
 - c. CAMPAÑAS ONLINE. Conjunto de piezas del mismo o diferente formato pero pertenecientes a una misma campaña online. Se presentarán un mínimo de dos piezas y un máximo de cuatro piezas.
- 2) El archivo a presentar **será un vídeo** donde se explique la campaña y se visualicen las piezas que la compongan. **La duración máxima deberá ser de 4 minutos y el formato debe ser un video en .mp4** con un peso máximo de 150 MB, enviando el archivo a través del siguiente [formulario](#).

APP's

- 1) Campañas o piezas de publicidad para teléfonos móviles o tabletas.
- 2) El archivo a presentar **será un vídeo** donde se explique la campaña y se visualicen las piezas que la compongan. **La duración máxima deberá ser de 4 minutos y el formato debe ser un vídeo en .mp4** con un peso máximo de 150 MB, enviando el archivo a través del siguiente [formulario](#).

AUDIOVISUAL

- 1) Campañas o piezas audiovisuales que puedan verse en cine, televisión o online.
- 2) Los anuncios deben tener una **duración máxima de 45 segundos**.
- 3) Las piezas audiovisuales deberán ser presentadas **en formato .mp4** enviando el archivo a través del siguiente [formulario](#)

BRANDED CONTENT

- 1) Las piezas publicitarias que se presenten en esta categoría serán todas aquellas piezas que tienen como objetivo generar contenidos que permitan conectar a una marca con el consumidor. Ideas pensadas, no para vender productos o servicio, sino para transmitir valores, emociones, formas de pensamiento y elementos, capaces de generar una conexión con la marca.
- 2) El archivo a presentar **será un vídeo** donde se explique la campaña y se visualicen las piezas que la compongan. La duración **máxima deberá ser de 4 minutos** y el formato debe ser un **vídeo en.mp4** con un peso máximo de **150 MB**, enviando el archivo a través del siguiente [formulario](#)

CAMPAÑAS INTEGRALES

- 1) Todas aquellas piezas que están basadas en una gran idea. Y a partir de ella se desprenden una cantidad de piezas que dan magnitud al mensaje, integrando los contenidos para conseguir una mayor eficacia del mensaje.
- 2) El archivo a presentar dependerá del tipo de piezas que contenga la campaña. Se podrá presentar toda la campaña en un solo video (duración máxima 4 minutos, formato .mp4) o cada pieza en su formato original (Los archivos audiovisuales tendrán una **duración máxima de 45 segundos**, formato **video en.mp4** con un peso máximo de **150 MB**, los archivos gráficos se deben presentar en **tamaño a3, formato jpeg/jpg, resolución de 300 ppp y no superar los 2MB de peso**), enviando todos los archivos a través del siguiente [formulario](#)

COMUNICACIÓN EN SALUD (HEALTHCARE)

- 1) En esta categoría admitimos desde anuncios de productos de consumo, como alimentos beneficiosos para la salud (con ingredientes añadidos o eliminados como la leche sin lactosa o con omega 3) hasta productos farmacéuticos (ya sean con receta o sin receta.) También, anuncios de difusión de mensajes de salud por instituciones públicas o privadas.
- 2) Los archivos a presentar pueden ser videos **en formato .mp4** o piezas gráficas **en formato .jpg a 300ppp** y un máximo de **2MB**. Los archivos se envían a través del siguiente [formulario](#)

PRENSA GRÁFICA

- 1) Campañas o piezas de publicidad en periódicos, revistas o boletines.
- 2) Los anuncios gráficos deberán ser presentados en **tamaño a3, formato jpeg/jpg, resolución de 300 ppp y no superar los 2MB de peso**, enviando los archivos a través del siguiente [formulario](#)

RADIO

- 1) Campañas o piezas de publicidad para radio.
- 2) Los anuncios deben tener una duración **máxima de 60 segundos**.
- 3) Las cuñas deben ser presentadas en formato **.mp3 o .wav** enviando el archivo a través del siguiente [formulario](#)

VIA PÚBLICA

- 1) Campañas o piezas de publicidad exterior (vallas, carteles, anuncios- pantallas, lonas, rótulos en vehículos, mupis, marquesinas,...)
- 2) Los anuncios gráficos deberán ser presentados en **tamaño a3** ,formato **jpeg/jpg, resolución de 300 ppp** y no superar los **2MB de peso**, enviando el archivo a través del siguiente [formulario](#)

CATEGORÍAS ESPECIALES

CREATIVIDAD EN 24 HORAS

- 1) En esta categoría se trabaja a partir de un briefing de un anunciante real.
- 2) La participación es por parejas.
- 3) Cada equipo de 2 personas deberá presentar su propuesta en el formato que se especifique en el briefing, que se colgará en la web www.dracnovell.com el **lunes 21 de noviembre a las 10h**.
- 4) **La propuesta se enviará antes de las 10h del martes 22 de noviembre** a través del siguiente [formulario](#)

PREMIO ZENITH A LA INNOVACIÓN EN MEDIOS

- 1) En esta categoría se trabaja a partir de un briefing de un anunciante real.
- 2) La participación puede ser individual o en grupo.
- 3) Las propuestas se presentaran en el formato que se especifique en el briefing, que se colgará en la web www.dracnovell.com en septiembre.
- 4) La propuesta se enviará a través del siguiente [formulario](#)

GRANDPRIX COMPLIT

- 1) Todas las piezas o campañas presentadas a cualquier categoría del festival (excepto Creatividad en 24 horas y Premio Zenith a la Innovación en Medios) entran directamente en este GrandPrix.

- 2) Una vez decididos los Oros de cada categoría, entre todos ellos, se selecciona un solo ganador, que consigue un curso a escoger en la escuela Complot.

PARTICIPACIÓN Y PLAZOS

- 1) La participación es gratuita.
- 2) Cada propuesta puede constar de una o varias piezas (campaña), pudiendo presentar cada estudiante o grupo, tantas piezas como crea conveniente.
- 3) No podrán participar aquellas piezas publicitarias que ya hayan sido presentadas en anteriores ediciones del Drac Novell y tampoco podrán participar campañas que se hayan comercializado.
- 4) Las fechas límite de recepción de las piezas serán las siguientes:
 - **Acciones digitales y redes sociales, App's, Audiovisual, Branded Content, Campañas integrales, Comunicación en Salud, Prensa Gráfica, Radio, Vía Pública: 4 de noviembre, a través del siguiente [formulario](#)**
 - **Creatividad en 24 horas: 22 de noviembre antes de las 10 de la mañana, a través del siguiente [formulario](#)**
 - **Premio Zenith a la Innovación en Medios: 11 de noviembre, a través del siguiente [formulario](#)**

LAS FECHAS LÍMITE DE RECEPCIÓN DE PIEZAS ESTÁN SUJETAS A CAMBIOS, DEPENDIENDO DE LA FECHA DE REUNIÓN DEL JURADO, SIEMPRE Y CUANDO NO REPRESENTA A CORTAR LA FECHA, SINO APLAZARLA

La organización rechazará la participación de todas las piezas sexistas, que menos precien creencias religiosas, ideologías políticas o que inciten a la violencia (fundamentalmente de sexo) o promuevan conductas socialmente reprobables (consumo de drogas, éxito a través de la ingestión de bebidas alcohólicas o tenencia de armas ,etc.), propuestas de conducir bajo efectos de alcoholes o estupefacientes y el uso ofensivo del cuerpo de la mujer, y en general, de todo lo que contempla el ordenamiento jurídico de la publicidad.

JURADO

- 1) El Jurado estará formado por creativos con reconocido prestigio en el mundo profesional.
- 2) Las decisiones del Jurado serán inapelables.

PREMIOS**ACCIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES**

Drac de Oro:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Plata:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Bronce:	Trofeo y Diploma de Honor

APP's

Drac de Oro:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Plata:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Bronce:	Trofeo y Diploma de Honor

AUDIOVISUAL

Drac de Oro:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Plata:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Bronce:	Trofeo y Diploma de Honor

BRANDED CONTENT

Drac de Oro:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Plata:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Bronce:	Trofeo y Diploma de Honor

CAMPAÑAS INTEGRALES

Drac de Oro:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Plata:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Bronce:	Trofeo y Diploma de Honor

COMUNICACIÓN EN SALUD (HEALTHCARE)

Drac de Oro:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Plata:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Bronce:	Trofeo y Diploma de Honor

PRENSA GRÁFICA

Drac de Oro:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Plata:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Bronce:	Trofeo y Diploma de Honor

RADIO

Drac de Oro:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Plata:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Bronce:	Trofeo y Diploma de Honor

VIA PÚBLICA

Drac de Oro:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Plata:	Trofeo y Diploma de Honor
Drac de Bronce:	Trofeo y Diploma de Honor

PREMIO ZENITHA LA INNOVACIÓN EN MEDIOS

Drac de oro, diploma y premio especial.
Ocasionalmente, puede haber también Drac de Plata y de Bronce.

PREMIO CREATIVIDAD EN 24HORAS

Drac de Oro, diploma y premio especial.
Drac de Plata, diploma y premio especial.
Drac de Bronce, diploma y premio especial.

GRANDPRIX COMPLIT

Drac de Oro, diploma y Curso en la Escuela de Creativos Complot

La Escuela de Creativos Complot premiará la mejor campaña de entre todos los oros con un curso a escoger. Si el equipo ganador está formado por más de una persona, el importe del curso subvencionado se repartirá a partes iguales entre todos los integrantes.

La mera participación al Drac Novell supone la aceptación de las normas, bases y reglamentos del festival y Jurado.

DIVULGACIÓN

Los participantes autorizan a la Associació Empresarial de Publicitat, a difundir a través de los medios de comunicación, toda aquella información que ayude a divulgar el certamen, con especial incidencia el nombre de los ganadores, así como publicar las piezas ganadoras en la web de la Asociación.

Los participantes aceptan que la Associació pueda dar a conocer los datos personales de los ganadores y / o participantes, en especial a todas aquellas agencias de publicidad que se muestren interesadas en conocer los autores de los anuncios premiados, o a los medios de comunicación, con la exclusiva finalidad de promocionar a estos futuros profesionales y sin que esta divulgación pueda suponer lesionar o minimizar el derecho de propiedad, que pertenecerá siempre a sus autores.