

Reglamento de la Categoría: DIRECT

La razón del Festival

El WAVE FESTIVAL tiene como objetivo ofrecer a los profesionales y empresarios de la industria de la comunicación la oportunidad de promover sus trabajos a través de exhibición de su material más original y creativo, en un evento con propuesta única en toda América Latina y en el mercado hispanoamericano.

Fecha y Local

La fecha oficial del WAVE FESTIVAL IN RIO será los días 05 y 06 de abril de 2017 y el mismo será realizado en Brasil / Rio de Janeiro en el Hotel Copacabana Palace:

Días 04 y 05: evaluación

Días 05 y 06: seminarios

Día 06 – Young Wave Circus

Día 06 – Ceremonia de Premiación

Fecha Final de las inscripciones.

El último día para finalizar su inscripción será **17 de marzo de 2017.**

Todos los materiales, documentación y pagos deberán haber sido recibidos por los Organizadores hasta esa fecha. Las inscripciones no podrán ser canceladas a partir del día 17 de marzo de 2017.

Evaluación

Un jurado internacional especializado juzgará las piezas.

Fases de la Evaluación

1. El shortlist está definido por categoría y en él serán clasificadas las piezas que, a través de un sistema digital de votación y conteo, hayan sido las mejor votadas.
2. En una segunda fase, en discusión abierta, los jurados apuran las piezas merecedoras de los WAVE ORO, PLATA Y BRONCE. Un Grand PRIX es seleccionado, también a través de discusión abierta, entre las piezas que merecieron Oro.
3. En cualquiera de las fases, el jurado cuya pieza este siendo evaluada no tiene permiso de voto. La decisión del Jurado será siempre considerada definitiva y soberana

Premios

1. Los Premios serán atribuidos de la siguiente forma:
UN GRAND PRIX puede ser escogido en las CATEGORÍAS.
Los premios WAVE ORO, PLATA Y BRONCE en cada categoría recibirán un trofeo. Cada premio será atribuido a la empresa responsable por la inscripción de la pieza.

Tratamiento y Publicación de las Piezas

1. Todo material sometido al Festival se vuelve prioridad de los Organizadores y no será devuelto.
2. A los responsables por cada inscripción les podrá ser solicitado el envío de material adicional con vistas a la exhibición y divulgación de piezas constantes en el shortlist o premiadas. Ninguna pieza premiada o datos técnicos podrán ser alterados tras la evaluación en el caso de que sea solicitada para divulgación por el WAVE FESTIVAL.
3. Con el objetivo de promover y difundir el festival, los responsables por cada pieza entienden que su material pasará a formar parte del acervo permanente e histórico del Wave Festival, autorizando así a los organizadores para que utilicen ese material en presentaciones públicas o privadas, bien como utilizarlas en su propio material de divulgación o en piezas para comercialización.
4. Ese acervo histórico es de propiedad exclusiva de los Organizadores, no pudiendo, por lo tanto, ser divulgado, duplicado o copiado, en parte o su todo, de cualquier forma o para cualquier objetivo, sin autorización previa de la organización del evento.
5. Los Organizadores, asegurados por los responsables de cada pieza inscrita, entienden sus derechos para uso y comercialización de las piezas participantes del Festival; los responsables por cada pieza inscrita deberán estar al lado de los Organizadores en el sentido de aclarar y soportar cualquier demanda sobre la posterior utilización del material inscrito por la organización del Festival.
6. Las cargas de toda naturaleza será de los responsables por cada pieza inscrita, en el caso de cualquier acción legal acerca del material sometido al evento.
7. Los ganadores de los Premios GRAND PRIX, bien como WAVE OURO, PLATA o BRONCE en cualquier una de las categorías que componen el WAVE FESTIVAL podrán divulgar sus conquistas para fines promocionales o de prensa.
8. El no cumplimiento de cualquier regla expresa en los reglamentos del WAVE FESTIVAL resultará en la automática descalificación de la pieza inscrita.
9. Para todos los fines, a lo largo de todos los procesos y reglas relativas al WAVE FESTIVAL, las decisiones tomadas por los Organizadores serán obligatorias, finales y definitivas, no cabiendo a ellas la imputación de cualquier recurso.

Elegibilidad

1. El Festival está abierto para todos los involucrados en la industria de la Comunicación en toda América Latina y mercado hispanoamericano.
2. Las inscripciones no pueden ser efectuadas sin autorización previa de los anunciantes propietarios de los derechos de comunicación de las piezas.
3. Todas las piezas inscritas en la categoría DIRECT deben haber sido creadas para y efectivamente distribuidas y publicadas en los canales de marketing directo.
4. Todas las piezas inscritas deben haber sido producidas y vehiculadas según contratos comerciales pagos, firmados con clientes personas jurídicas, de empresas registradas y operantes. El cliente debe haber pagado todos o la mayor parte de los costes de divulgación en medios de comunicación. Excepción a las piezas inscritas en las categorías Caridad y Servicios Públicos, cuyos costes pueden haber sido negociados libremente. El Festival se reserva el derecho de solicitar documentos comprobatorios de la efectiva difusión de las piezas inscritas, con vistas a validar su veracidad en el caso de cualificación para shortlist o premiación.
5. Todas las piezas inscritas deberán haber sido publicadas por primera vez entre 01 de enero de 2016 a 31 de marzo de 2017.
6. Las piezas inscritas en el evento no podrán haber participado de ediciones anteriores.
7. Los organizadores podrán recusar inscripciones que ofendan sentimientos nacionales, religiosos o de gusto común.
8. Las piezas inscritas que hasta la fecha de la evaluación final hayan infringido cualquier norma legal de su país de origen dejarán de ser elegibles. Es deber del responsable por la inscripción notificar a los organizadores en el caso de cualquier violación de esa naturaleza sea registrada hasta la Ceremonia de Premiación.
9. Pueden participar agencias latinas del mercado hispano-americano, con trabajos hechos directamente para el público latino y/o trabajos hechos para otros públicos y vehiculado globalmente. Agencias no latinas pero que el trabajo haya sido direccionado para el mercado latino y/o hispanoamericano, también pueden participar.

Inscripciones

1. No se aceptarán piezas físicas cuyas respectivas fichas de inscripción no hayan sido rellenadas a través del sitio del evento.
2. Cada pieza debe ser inscrita apenas por un responsable y debe ser acordado previamente entre las partes interesadas. En el caso de registro de dos inscripciones para la misma pieza, será considerada apenas la primera inscripción como válida.

3. A cada pieza corresponderá una inscripción. Piezas que hagan parte de una campaña deben ser inscritas y pagadas individualmente, aunque puedan ser exhibidas en conjunto, en el momento de su evaluación.

4. Campañas de tipo “teaser” en que cada pieza tomada individualmente es de baja relevancia y donde el nombre del anunciante, producto o marca, aparece apenas una vez, podrán ser consideradas como una única inscripción.

5. Una pieza puede ser inscrita en más de una categoría. O dependiendo de la categoría en más de una subcategoría. Considere y Analice atentamente las categorías oficiales del Festival. Los jurados se reservan el derecho de mover piezas dentro de una categoría en el caso de entender cualquier inadecuación.

6. Todos los formularios de inscripción deben ser totalmente rellenos online, en el sitio del Festival, incluyendo valores y formas de pago. Las inscripciones serán consideradas oficialmente completas y finalizadas apenas en el momento en que todo material exigido para inscripción esté en el banco de datos online y llegue a las oficinas de la organización del WAVE FESTIVAL.

7. Considere con atención las informaciones en cada formulario, pues serán ellas las que servirán de orientación para divulgación y premiación. Si su pieza fuese premiada, los créditos publicados en el sitio del Festival y comunicados públicamente serán los constantes de las fichas de inscripción. Las alteraciones serán posibles hasta la finalización de la inscripción. Tras esa fecha mediante consulta a la organización, respetando el plazo límite hasta el día 17 de marzo de 2017 y tras ese plazo no será permitido ningún tipo de cambio.

8. Las piezas pueden ser presentadas en los siguientes idiomas:
 - Para pieza en lengua portuguesa utilizar el idioma original con subtítulos en español o inglés, o la pieza traducida para inglés.
 - Para pieza en lengua española utilizar el idioma original con subtítulos en portugués o inglés, o la pieza traducida para inglés.
 - Para pieza originalmente en inglés no es necesario subtítulos o traducción.

Se prohíbe en los subtítulos o traducciones alterar o adaptar al inglés usos específicos de lenguaje, características socioculturales de cada país o religión, cambio de nombres de personalidades locales y cambiar la banda sonora. Es necesario mantener la concepción de la idea original.

Dentro del campo sinopsis es posible colocar consideraciones adicionales con vista a esclarecer las piezas en cuestiones de lenguaje, características socioculturales, etc.

Es extremadamente recomendado que la sinopsis sea traducida para inglés ya que, en el caso de que sea premiada, será divulgada internacionalmente.

9. No citar o se referir, en ningún momento, el nombre de la logo marca de la agencia o de cualquiera de los involucrados en el desarrollo de las piezas y proyectos inscritos.

Material y Formatos

Imagen (digital) JPEG o PDF:

- . JPEG – límite de hasta 10 MB, con 300dpi y padrón CMYK – formato impresión

Es altamente recomendable una **PLANCHA DE PRESENTACIÓN FÍSICA** enviada en el siguiente formato:

- A2 (40cm x 60cm), materiales enviados por encima de esa medida serán desclasificados, en papel cartulina u otro material resistente y ligero para soporte, laminada o plastificada para facilitar la manipulación y proteger la pieza.

Cada PLANCHA (física y digital) deberá utilizar apenas una lámina/página y deberá contener un sumario de la campaña en cuestión. Esa presentación debe contener algunas imágenes clave del trabajo y del concepto adoptado. El texto (no debe haber más de 100 palabras) de la plancha puede estar en el idioma original seguido de una sinopsis en inglés o ya puede venir traducida para el inglés.

Nota: En ninguno de los espacios de las PLANCHAS DE PRESENTACIÓN deberán aparecer citas o referencias a la agencia o cualquiera de los involucrados en el desarrollo de las piezas y las piezas deberán tener colocadas atrás la etiqueta de identificación.

Las planchas físicas serán utilizadas para evaluación y exhibición del vencedor del evento.

Material de soporte

Para facilitar y esclarecer el trabajo del Jurado, un material de soporte adicional deberá ser proporcionado.

Audio:

- . MP3 con sampling rate de 44.1 kHz, estereo y máximo de 10 MB por archivo con duración de hasta 3 minutos.

Video: para cualquier versión a seguir el vídeo debe tener como **máximo 2 minutos de duración.**

- . MOV - video QuickTime debe estar entre 60 y 120MB
- . MP4 - entre 60 y 120MB
- . MPG - entre 60 y 120MB
- . FLV – Flash vídeo, con resolución de 720x480 hasta 60MB

Es recomendable que el formato sea 16:9 wide screen

Es extremadamente recomendable que se utilice un vídeo explicativo. Este vídeo será usado tanto para que los jurados comprendan el trabajo como para presentación en el auditorio en el momento de la Ceremonia de Premiación, en el caso de que la pieza sea vencedora

☑ Embalajes y Displays: enviar la pieza propiamente dicha en tamaño razonable para manipulación. En el caso de que no sea posible o práctico, enviar fotos o hacer upload del PDF correspondiente.

- Para inscripciones en Mailing, proporcionar una o dos copias de la pieza propiamente dicha.
- Para Respuesta Directa, proporcionar una prueba o copia de periódico, revista o insert correspondiente.
- Para Respuesta Directa en TV, por favor, proporcionar el vídeo conforme especificaciones arriba mencionadas.
- Para Medios Alternativos proporcionar fotos, vídeos o muestras correspondientes.
- Para Marketing de Campo proporcionar fotos, videos o muestras correspondientes.
- Para piezas digitales o interactivas proporcionar una URL que lleve directamente a la pieza en cuestión.

Dirección de envío de las piezas:

Después de finalizada la inscripción por el sitio, será generada la ficha de inscripción (un archivo en extensión PDF) y en el final del mismo la etiqueta donde constarán los datos de identificación de la inscripción. Esa etiqueta deber ser imprimida y colocada en todo material físico que sea enviado para la organización del evento.

Enviar todo material físico, cada uno con la etiqueta de identificación pegada para:

Meio & Mensagem – Setor de Eventos
Rua Catequese, 227 – 6º andar
Butantã – São Paulo/SP
Brasil - CEP: 05502-020

Costes

El precio de inscripción de cada pieza es de **US\$ 400,00.**

SUBCATEGORÍAS

A - PRODUCTOS Y SERVICIOS

En Productos y Servicio, cada pieza debe estar inscrita en apenas una subcategoría A.

A01. Productos de Consumo de Larga Escala

Alimentos, bebidas, productos de limpieza y manutención doméstica, insecticidas, films y papeles especiales para embalaje y manutención de alimentos, grasas y material para pulir zapatos, colas de madera y plásticos, ceras para uso doméstico, tintas, fertilizantes, cosméticos, champús y acondicionadores, jabones, sales de baño, protectores solares, productos de higiene, lentes de contacto, servilletas, remedios OTC, vitaminas, hiervas medicinales, suplementos y productos dietéticos, repelentes, adhesivos y productos para vendajes, test de embarazo, preservativos, otros productos de farmacia, ropas, zapatos sociales y deportivos, cinturones, calcetines, gemelos, pañuelos, hilos y material de costura, bolsos, carteras, equipajes, lentes, relojes, joyas y bisuterías, productos de moda y afines, alimentos para animales domésticos, regalos y tarjetas, bolígrafos, papelería y material de escritorio, productos y accesorios de tabaco (cigarros no incluidos)

A02. Carros y Automóviles

Carros, camiones, camionetas y utilitarios, tractores, motocicletas, vans, jeeps, neumáticos, piezas y accesorios para automóviles (inclusive reproductor de CD) y utilitarios, combustibles, automotores, aceites lubricante, puestos de servicio, concesionarios, tiendas y servicios especializados en el sector automovilístico.

A03. Otros Productos de Consumo

Televisores, video y audio players, equipamientos y accesorios de home-theaters, cámaras de foto y video, computadoras, celulares, pagers, smartphones, juguetes y vídeo consolas, binóculos, máquinas de lavar y secar ropa, neveras y freezer, video consolas de games electrónicos, binóculos, máquinas de lavar y secar ropa, máquinas de lavar y secar vajillas, neveras y freezers, planchas, batidoras, hornos micro-ondas, duchas, metales de cocina y baños, calefacciones, aires acondicionados, equipamientos para el jardín, detectores de humo, extractores, vajillas de cocina y baño, cerámicas y cristales, material de decoración doméstica, azulejos y papeles de pared, materiales de reforma doméstica, lámparas y luminaria, relojes domésticos, neumático, piezas y accesorios para automóviles (incluyendo aparatos de audio para automóviles), aceites para automóviles, combustibles para automóviles .

A04. Productos y Servicios Financieros

Bancos, tarjetas de crédito, seguros, planos de inversión y previdencia, fondos de pensión.

A05. Servicios Públicos Comerciales

Servicios de telecomunicaciones, proveedores de internet, proveedores de servicios de TV por cable o vía satélite, páginas amarillas y catálogos telefónicos, compañías de agua, gas, luz y saneamiento básico (públicas y privadas) escuelas y universidades (públicas y privadas), oficinas y empresas de ingeniería y arquitectura.

A06. Viajes, Tiempo Libre y Entretenimiento

Parques temáticos y de diversiones, gimnasios deportivos, academias de gimnasia y preparo físico, clubs, spas, eventos musicales, deportivos y culturales, museos, muestras, ferias y exhibiciones, bares, casas nocturnas, galerías de art, cines y teatros, loterías, casas de apuestas, juegos y juguetes infantiles (no electro electrónicos), compañías aéreas y ferroviarias, agencias

de viajes, hoteles, posadas, resorts, compañías de alquiler de carros, servicios de turismo y viajes en general.

A07. Venta al por menor e e-commerce incluyendo restaurantes

Restaurantes, cafeterías, cadenas y tiendas de departamentos, magazines, tiendas de ropa y accesorios, supermercados y tiendas de conveniencia (inclusive la de gasolineras) farmacias, ópticas, salones de belleza, lavanderías, agencias postales, tiendas de foto procesamiento, tiendas de reparación para equipamientos electro electrónicos, zapaterías, tiendas de e-commerce y portales de subastas on-line.

A08 – Salud y prescripciones médicas.

Hospitales, servicios de laboratorio, clínicas privadas de salud y tratamiento médico, clínicas de tratamiento ocular, clínicas dentarias, servicios y clínicas de medicina alternativa, equipamientos médicos y para hospital, clínicas y consultorios particulares, cirugía plástica.

A09. Medios y Publicaciones

Periódicos, revistas, libros, discos, CDs, DVDs, Radios y Redes de TV, enciclopedias (on y offline), cursos por correspondencia y virtuales (vía internet).

A10. Propaganda y Comunicación

Agencias de Propaganda, productoras de comerciales y fonogramas, empresas de servicios audiovisuales profesionales, proveedores del negocio de la comunicación (gráficas, fotoliteiras, oficina de finalización de imágenes, estudios fotográficos, bancos de imagen), oficina de design (gráfico y digital), servicios de marketing y consultoría.

A11. Equipamientos y Servicios Corporativos

Agencias de empleo, servicios de informática y Tecnología de la Información (TI), equipamientos y servicios de fotocopia, máquinas de fax, equipamientos y servicios de telefonía empresarial, muebles y equipamientos para escritorios, servicios de mensajero, servicios de limpieza de industrias y escritorios, servicios de seguridad patrimonial, servicios de logística y almacenamiento.

A12. Comunicación Business to Business

Campañas y acciones de comunicación dirigida y especializada de negocios para negocios (trade y B&B).

A13. Información Corporativa

Comunicación institucional no comercial, comunicación de imagen corporativa o de marca no directamente asociada a producto o servicio, patrocinios de eventos deportivos y/o culturales, mensajes navideños y de felices fiestas, comunicación de fusiones y adquisiciones, patrocinios y ofrecimiento de programas televisivos o vehiculados en otros medios no ligados a producto o servicio.

A14. Salud y Seguridad Pública, Comunidades y Mensajes de Interés Socio ambiental.

Mensajes y campañas anti tabaquistas, antidrogas, contra dirección peligrosa y consumo de alcohol al volante, de seguridad y respeto a las leyes de tráfico, higiene y salud pública, SIDA y enfermedades socialmente transmisibles, donación de sangre, mensajes político religiosos, de sindicatos y asociaciones, campañas por la igualdad sexual, racial, étnicas e ideológica, en pro

de los deficientes motores y mentales, campañas de voluntariado, Cruz Roja, recuperación de menores e inclusión social, avisos ambientalistas y en pro de la sustentabilidad.

B. USO DE MEDIOS Y/O ESTRATEGIAS DE MARKETING DIRECTO

En estas categorías, su pieza será juzgada específicamente sobre el uso creativo del medio/formato/estrategia correspondiente, independientemente del producto o servicio en cuestión

B01. Flat Mailing

Incluye tarjetas, folletos, invitaciones y toda la variedad de piezas unidimensionales, sin pop-ups y sin acompañamiento de samples.

B02. Multi-Dimensional mailing

Multidimensional mailing con uso de samples o pop-ups.

B03. Respuesta Directa

Incluye anuncios e inserts de respuesta directa en medios impresos.

B04. Respuesta Directa en TV e Infomerciales

Incluye el uso de campañas e Infomerciales de TV para respuesta directa.

B05. Respuesta Directa en Medios Alternativos

Incluye el uso de formatos/canales de medios de comunicación innovadores en el marketing directo (como por ejemplo medios de comunicación ambiente, medios de comunicación externos, etc..)

B06. Respuesta Directa en Campo

Incluye distribución de material de respuesta directa puerta a puerta, en eventos, trade shows, etc., además de merchandising y sampling de respuesta directa en los puntos de venta.

B07. Respuesta Directa en Plataformas Digitales

Campañas o acciones utilizando plataformas digitales como telefonía móvil e internet (email marketing, plataformas sociales, co-creacion de contenido con ayuda del consumidor, etc.).

B08 – Campaña Integrada

Mejor uso integrado de diferentes y variados medios/formatos/estrategias de marketing directo.

C. INNOVACIÓN EN DIRECT

Premia ideas innovadoras para las marcas en esa categoría. Pudiendo ser soluciones tecnológicas o no. Una tecnología revolucionaria que promueva un avance creativo o una solución no exactamente tecnológica, pero que también promovió un nova abordaje creativo. Una idea innovadora que permitió que la marca se comunicase con sus clientes de una manera o usual.

D. USO DE DATOS

Las inscripciones en esta subcategoría deben demostrar como una campaña de Direct fue conducida por uso de datos.