



Bases del concurso

GOLLIADS

UAO CEU AWARDS 9th EDITION





BASES GOLIADS UAO CEU AWARDS 2015

Requisitos

1. Podrán inscribirse agencias de Publicidad, agencias de Marketing, agencias de comunicación y Relaciones Públicas, agencias 2.0, agencias de Medios y agencias de Social Media, tanto de ámbito nacional como internacional.
2. La fecha límite de inscripción y entrega de piezas es el jueves 21 de abril de 2015.
3. Las piezas que se presenten deberán haber sido publicadas o emitidas a partir del 1 de enero del 2014.
4. Es imprescindible que el material no haya sido presentado en ediciones anteriores de los GoliADs UAOCEU Awards
5. El material se deberá entregar en los formatos específicos para cada categoría.
6. Las agencias deberán contar con la autorización del anunciante, cliente o propietario de la pieza que presenten.
7. El material deberá estar realizado o subtítulo en uno de los siguientes idiomas: catalán, castellano o inglés.
8. Se entiende por pieza, cualquier anuncio o campaña que no exceda los 4 minutos.
9. Se podrán presentar piezas individuales y campañas de hasta 5 piezas, siempre que estén inscritas dentro del mismo medio.
10. Las piezas entregadas deberán representar a una marca o a un producto/servicio real.
11. El material presentado se incluirá en el archivo del Festival.
12. Los participantes autorizan la exhibición en público o privado de las piezas, así como su edición.
13. Los participantes tendrán derecho a comunicar públicamente su participación en el Festival y los premios obtenidos.
14. Todo material defectuoso o que vulnere cualquiera de los derechos fundamentales será retirado.
15. Se podrán declarar desiertas determinadas categorías si se considera conveniente en beneficio de la calidad de los premios.



16. No podrá presentarse ningún anuncio o campaña cuyo mensaje/contenido haya sido declarado ilícito por los tribunales u organismos de auto-regulación publicitaria.
17. La organización se reserva el derecho a retirar aquellas piezas que no cumplan con los requisitos del Festival.
18. No se admitirá la presentación de una misma pieza por parte de dos empresas distintas.
19. Las agencias no podrán presentar la misma pieza en categorías distintas
20. La agencia deberá especificar la categoría en que desea presentarse. La organización del Festival se reserva el derecho de realizar cambios de categoría en aquellas inscripciones de material que crea conveniente.
21. La organización del Festival se reserva el derecho de modificar categorías, si ello revierte en beneficio del Festival.
22. Las piezas presentadas podrán haber participado en otros concursos.
23. El envío de material supone la aceptación de las bases del Festival.

Categorías

1. Mejor spot de producto o servicio

Esta categoría incluye cualquier spot de un producto o servicio que se haya emitido en cualquier canal (soportes online, televisión o cine).

2. Mejor gráfica

Incluye cualquier pieza gráfica publicada en soportes tanto online como offline.

3. Mejor cuña

En esta categoría se puede presentar cualquier pieza de audio publicitaria tanto de servicio como de producto.





4. Mejor Campaña de Valores Humanos

Cualquier campaña que defienda los valores humanos, denuncie prácticas o hechos ilegales, defienda las injusticias sociales o promueva valores éticos, humanos y sociales. La pieza se puede presentar en el formato o medio en el que se haya difundido.

5. Mejor Branded Content

En esta categoría se incluyen todas aquellas piezas desarrolladas para medios online y/o offline que favorezca el engagement entre el consumidor y la marca:

- Websites y microsites
- Digital online
- Publicidad en nuevos soportes: móvil y tabletas
- Publicidad en Redes Sociales: Facebook, Twitter, Foursquare, Pinterest, Youtube, Instagram... etc
- Formatos interactivos
- Advergaming
- TV
- Películas o cortometrajes
- Otros

6. Mejor evento del año

Se premiará al evento que muestre la mejor creatividad, originalidad y notoriedad en cuanto a la realización del evento. Para valorarlo se puede enviar en cualquier de estos formatos: videos, making of, monográficos, momentos del evento y otros materiales que detallen el acontecimiento.

7. Mejor campaña en redes sociales

En esta categoría se valorará la estrategia, el contenido y el uso de las redes sociales, la interacción de los usuarios y la combinación de plataformas sociales.





8. GoliAD de Oro

Participan todas las piezas presentadas en las categorías mencionadas anteriormente. Es la pieza más relevante por su creatividad y notoriedad del Festival.

Método de inscripción/Envío material

1. Las agencias deberán inscribirse a través de rellenar la ficha www.goliads.com > "Agencias" y enviarla junto con la pieza a la dirección agencias@goliads.com
2. Se deberá rellenar un formulario por cada pieza presentada.
3. Es imprescindible adjuntar la pieza en el momento en el que se rellena el formulario enviándola por Wetransfer www.wetransfer.com a la dirección agencias@goliads.com en "email de tu amigo".
4. En el mensaje se debe escribir: nombre de la agencia y categoría en la que se presenta.





Formatos y características técnicas

Materiales audiovisuales:

MPEG AVI

MOV MKV

MP4

Materiales gráficos:

Piezas en alta resolución.

Materiales online:

Entregar la versión demo del anuncio en formato. AVI y en Alta Resolución. Entregar los ficheros de texto en formato TXT o PDF que contengan la dirección web (URL).

Audio:

WAVE

MP3

AIFF

Documentos escritos:

PDF

Jurado

El jurado está formado por estudiantes del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Abat Oliba CEU.



*Universitat
Abat Oliba CEU*



Contacto

C/ Bellesguard, 30 08022 - Barcelona Tel. (+34) 93 254 09 00

Itxaso Abaurrea (+34) 672 040 459

Enric Bertran (+34) 639 055 233

Joana Fusté (+34) 616 333 138

Laura Roig (+34) 649 225 277

Marta Trujillo (+34) 620 896 115

agencias@goliads.com

www.goliads.com



*Universitat
Abat Oliba CEU*