

## **BASES FESTIVAL COLEGIO OFICIAL DE PUBLICIDAD Y RRPP DE LA COMUNITAT VALENCIANA.**

Podrán participar en el Festival aquellos/as estudiantes que estén cursando el grado oficial de Publicidad y RRPP en las Universidades de la Comunitat Valenciana: CEU Cardenal Herrera, ESIC, Universidad de Alicante y Universitat Jaume I de Castellón, y que desarrollen la idea creativa de un briefing seleccionado por la organización.

La shortlist se hará pública el durante la celebración de la segunda fase del evento. La persona o personas ganadoras se designarán el 28 de febrero en el lugar de celebración de la fase final.

### **PARTICIPANTES:**

Las candidaturas podrán ser presentadas individualmente o en grupos de máximo cinco integrantes. Solo pueden participar personas estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas, o equivalente, y únicamente de aquellos centros participantes en el Festival. Preferentemente alumnos de último curso. Las universidades se reservan la posibilidad de invitar a algún grupo de alumnos y alumnas de otros cursos si así lo consideran.

La organización se reserva el derecho de solicitar documentación para acreditar los estudios en las universidades anteriormente citadas.

### **SEDE:**

La celebración de la fase final se realizará de forma rotatoria cada año en instalaciones de las diferentes universidades participantes, siendo en cada edición la universidad sede coorganizadora del Festival.

La universidad coorganizadora facilitará espacio y equipamiento para la celebración de la fase final del Festival en sus instalaciones. El Colegio Oficial de Publicidad y RRPP de la CV incorporará a la universidad coorganizadora en todos los canales de comunicación empleados para la promoción del Festival. El resto de universidades aparecerán siempre en las comunicaciones como centros colaboradores en su calidad de Patronos Académicos.

La Universidad coorganizadora que facilite la sede se compromete a no realizar ninguna actividad de índole comercial con los alumnos de otras universidades que participen en el Festival.

## FASES:

**Fase 1:** Visita presencial a las universidades para presentar el Festival y entregar el briefing a las alumnas y alumnos participantes.

### *Fechas previstas:*

*ESIC: 28 enero*

*UJI: 31 enero*

*UA: 6 febrero*

*CEU: 7 febrero*

**Fase 2:** (semana del 24 de febrero) Sesión online con el jurado para calificar las propuestas presentadas y asignar las puntuaciones que acreditan a los 8 grupos finalistas. A cada uno de los grupos finalistas se les asignará un tutor o tutora para trabajar con él en la fase final.

Los grupos finalistas se comunicarán en la fase 3, durante la celebración de la final en la Universidad sede.

**Fase 3:** Celebración de la final en la Universidad sede, donde tras trabajar el proyecto con su tutora o tutor, se presentarán los proyectos finalistas y el jurado deliberará para asignar los trabajos ganadores en las tres categorías premiadas: bronce, plata y oro.

## JURADO:

El jurado estará compuesto por profesionales del sector de la publicidad y las relaciones públicas en ámbito nacional, así como por profesionales colegiados por el Colegio de Publicidad y RRPP de la CV.

Los datos personales de los alumnos y alumnas participantes quedarán bajo guardia y custodia del Colegio de Publicidad y RRPP de la CV, y no se facilitarán a las personas miembros del jurado.

## VALORACIONES:

Los grupos deberán presentar su propuesta de campaña y se valorará la estrategia, creatividad y ejecución de la misma, en función de su adecuación a los objetivos marcados en el briefing.

Los criterios de valoración en cada fase quedan recogidos en el briefing a entregar a las personas participantes.

El Jurado será soberano en sus decisiones y su fallo será inapelable. Está facultado para interpretar y completar estas bases, en caso de que resulte preciso.

## **MATERIAL A PRESENTAR:**

Solo se admitirá una campaña por grupo o persona inscrita.

Para participar, los alumnos y alumnas participantes deberán presentar:

- la reflexión creativa y el insight de comunicación con un concepto gráfico/audiovisual de campaña.
- acciones de comunicación, media plan y canales de comunicación empleados.

Todas las piezas deberán estar debidamente identificadas con una ficha en la que se incluirá:

- Título de la campaña
- Nombre y apellidos de los participantes
- Universidad a la que pertenecen
- Correo electrónico y teléfono de contacto
- Nombre del grupo, si lo hubiera.

## **CALENDARIO:**

Recepción de trabajos será entregado por alguno/a de los miembros del grupo: 10 días laborables para cada universidad, en función de las fechas de entrega de briefing.

### *Fechas previstas:*

<i>Briefing</i>	<i>Entrega proyectos</i>
<i>ESIC: 28 enero</i>	<i>11 febrero</i>
<i>UJI: 31 enero</i>	<i>14 febrero</i>
<i>UA: 6 febrero</i>	<i>20 febrero</i>
<i>CEU: 7 febrero</i>	<i>21 febrero</i>

Las personas participantes entregarán sus campañas en una carpeta Drive del Colegio habilitada para el Festival.

No se admitirá ninguna pieza que llegue con posterioridad al plazo señalado.

## PREMIOS:

Entre todas las personas participantes, y por decisión del Jurado, se designarán las personas candidatas finalistas y las personas ganadoras de la fase final del Festival.

Los finalistas recibirán un diploma acreditativo por su condición de finalistas.

Los tres grupos ganadores recibirán un trofeo con la clasificación obtenida.

Los nombres de las personas ganadoras y finalistas aparecerán en las comunicaciones que se remitirán a la prensa sectorial especializada en publicidad y relaciones públicas en ámbito nacional, así como la prensa económica autonómica.

A su vez, se comunicará en los canales de comunicación propios del Colegio Oficial de Publicidad y Relaciones Públicas de la CV.

Las tres personas ganadoras obtendrán un año de colegiación gratuita y la participación en el programa de mentorización del Colegio.

Se enviarán sus currículums a las empresas asociadas a ComunitAD como ayuda en su inserción laboral desde el Colegio.

La organización se reserva el derecho a descalificar o no admitir cualquier pieza o campaña que no cumpla este reglamento o con los códigos de ética del Colegio Oficial de Publicidad y Relaciones Públicas de la Comunitat Valenciana y de la Asociación de Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol).

## CESIÓN DE DERECHOS:

Todo material presentado queda en poder de la organización del Festival, pudiendo ser utilizado con fines de promoción y difusión en cualquier medio que hubiere o se conociese. También podrá ser utilizado en presentaciones a instituciones o profesionales, entre otros. Los participantes autorizan al Colegio de Publicidad y Relaciones Públicas de la Comunitat Valenciana para utilizar las distintas piezas para los fines que consideren convenientes.

# Salta Fest

EL VÉRTIGO SE PASA CUANDO SALTAS



Colegio Oficial de *Publicidad  
y Relaciones Públicas*  
de la Comunitat Valenciana

**IMPORTANTE:** En caso de que se quisiera ejecutar alguno de los trabajos presentados, la organización se pondrá en contacto con los/as creadores/as de las piezas.