

11º CONCURSO SOBRE
ACCION PROMOCIONAL DEL ACERO

PREMIO PUBLICITARIO
ILAFA-2010

Organizado por ILAFA, a través de su Comité
de Promoción y Desarrollo del Uso del Acero-CAPDUA

11º CONCURSO SOBRE ACCION PROMOCIONAL DEL ACERO PREMIO PUBLICITARIO ILAFA-2010

OBJETIVO

Premiar y difundir las acciones publicitarias y promocionales que realizan las empresas e instituciones latinoamericanas asociadas a ILAFA, como así también las que realizan las empresas proveedoras, distribuidoras y usuarias, para transmitir a la comunidad las características y ventajas del acero, su cualidad de producto reciclable y el valor de la siderurgia como industria sustentable.

PARTICIPANTES

Podrán participar en el Concurso los trabajos promocionales que, de acuerdo a las categorías que más adelante se indican, hayan sido efectivamente realizados desde el 2 de julio de 2008 hasta el 1º de julio de 2010, por cualquier empresa o institución asociada a ILAFA o por empresas proveedoras, distribuidoras o usuarias del acero.

CATEGORIAS

Categoría A: Avisos individuales de prensa y/o revista. Piezas únicas publicadas en periódicos o revistas.

Categoría B: Campañas de prensa y/o revista. Dos o más avisos que, compartiendo un mismo concepto central, constituyen una campaña.

Categoría C: Comerciales de cine y televisión. Producciones grabadas o filmadas para ser exhibidas en los medios señalados, de hasta 3 minutos. Las producciones hechas especialmente para ser exhibidas a través de internet o medios digitales deben ser inscritas en la Categoría H.

Categoría D: Comerciales de radio. Piezas desarrolladas para radio en forma de comerciales o microprogramas hasta de 3 minutos, que pueden incluir textos, locución, efectos de sonido y música o jingles.

Categoría E: Afiches, posters, carteles y material de vía pública. Cualquier material gráfico o visual, de tamaño destacado, creado para promover el uso del acero.

Categoría F: Folletos, catálogos y otras piezas gráficas comerciales o corporativas. Material gráfico utilizado para promover la imagen institucional de la empresa, o para promover o apoyar la comercialización de productos de acero, sus usos y aplicaciones.

Categoría G: Videos, presentaciones y material de exposición. Trabajos relacionados con el uso y promoción del acero a nivel industrial, institucional, educativo, etc. (Data shows, Power Point, Word Art, diapositivas, transparencias, CD-ROMs, DVDs., etc.) La exhibición de videos y material auto-ejecutado no debe exceder los 5 minutos. En el caso de material muy extenso, se requiere enviar un resumen editado que no exceda el tiempo indicado.

Categoría H: Medios digitales. Piezas de comunicación que se relacionen con el acero, creadas especialmente para su uso en Internet, telefonía celular, páginas web, banners, videos y otros medios digitales, incluyendo las redes sociales.

Categoría I: Elementos promocionales. Calendarios, agendas, memorias, libros y otros elementos promocionales de carácter institucional. El mérito de éstos se evaluará por la relación que tengan con el acero.

PREMIOS

Se otorgará un Primer Premio y dos Menciones en cada categoría, teniendo el Jurado la facultad de declararlas desiertas cuando lo estime conveniente.

Reconocimientos especiales:

Gran Premio: Se otorgará a aquella empresa cuyas comunicaciones se hayan destacado de manera integral, en varias categorías.

Premio Medio Ambiente: Es un reconocimiento especial a la pieza o campaña publicitaria que mejor destaque la relación entre el acero y el cuidado del medio ambiente.

Los trabajos premiados serán exhibidos en un stand de la ILAFAEXPO-2010

PRESENTACIÓN

Los trabajos inscritos en las categorías A, B y F, de 60 x 80 cm o menores deberán ser presentados en su tamaño real (no fotocopias ni reducciones), pegados sobre cartón negro, con un margen de 5 cm a cada lado.

Los elementos corpóreos como folletos, no requieren un soporte de cartón. Igualmente, las piezas que excedan los 60x80 cm (afiches y formatos de gran tamaño) podrán enviarse cuidadosamente dobladas o enrolladas, sin soporte de cartón.

Las piezas de vía pública, objetos corpóreos y otros imposibles de enviar al concurso deberán enviarse en un CD, como fotografías digitales en formato JPEG de 300 dpi.

Los videos se presentarán en un CD o un DVD, con formato QuickTime o similar. Las piezas de radio, música, locuciones y otro material de audio, deberán presentarse en formato MP3.

Todas y cada una de las piezas presentadas deberán adjuntar la "Hoja Descriptiva" correspondiente.

Adicionalmente, deberá llenarse el "Formulario de Participación" para inscribir cada pieza, conjunto de piezas o campaña que se presente, completando la información solicitada.

JURADO

El Jurado está compuesto por CINCO profesionales de reconocida trayectoria, con experiencia internacional, que representan diversas áreas del mundo de la publicidad.

Los tres criterios de evaluación que utilizará el Jurado son: a) la originalidad y pertinencia de la idea creativa, b) la buena aplicación y el aprovechamiento del concepto creativo en las piezas presentadas, y c) el diseño y la calidad de la ejecución final.

PLAZOS

Plazo para la recepción de las postulaciones:

18 de julio de 2010

Fallo del Jurado:

25-29 de agosto de 2010

Comunicación del fallo del Jurado:

8 de septiembre de 2010

PRESENTACIÓN Y ENTREGA DE PREMIOS

La entrega de premios se realizará el día martes 26 de octubre en una ceremonia especial incluida dentro del Programa de Actividades del Congreso ILAFA 51, el cual se desarrollará entre los días 24 al 26 de octubre en el Hotel Hilton de la ciudad de Buenos Aires, Argentina.

ENVÍO DE LAS POSTULACIONES

Sra. Marta Rogina
Coordinadora de Procesos Internos, Secretaría General ILAFA
Benjamín 2944, 5º piso, Las Condes
Santiago, CHILE

e-mail: mrogina@ilafa.org