



I. REQUISITOS Y CONDICIONES GENERALES

La solicitud de inscripción de una pieza o una campaña en el Festival implica necesariamente la aceptación de todos y cada uno de los requisitos y condiciones generales que a continuación se enumeran.

Las inscripciones deberán contar con la autorización del anunciante.

La inscripción de los datos de las piezas y campañas debe realizarse a través del sistema de inscripción on-line en www.elsolfestival.com.

El material deberá estar concebido y realizado en habla hispana o portuguesa, o en su defecto subtulado en alguno de estos idiomas. Podrán participar todas las empresas que desarrollen su actividad publicitaria en el ámbito iberoamericano entendiendo también el mercado USA hispano, así como aquellas empresas que hayan desarrollado campañas de ámbito iberoamericano.

El material deberá haber sido exhibido durante los años 2021 y el periodo correspondiente al 2022 hasta la fecha de celebración del Festival y no haber sido presentado en anteriores ediciones.

Las piezas y/o campañas que soliciten la inscripción en el Festival deberán ser originales y no vulnerar derechos de terceros.

Todas las piezas y/o campañas deberán ser inscritas tal y como se exhibieron o publicaron, sin haber sido modificadas para festivales o certámenes.

No podrá presentarse ninguna pieza o campaña cuyo mensaje/contenido haya sido declarado ilícito por los tribunales u organismos de autorregulación publicitaria, mediante sentencia o resolución firme. En el caso de que dicha declaración firme de ilicitud lo sea con posterioridad a la premiación de la misma, la organización procederá a la retirada del premio concedido, fuera cual fuera el tiempo transcurrido.

La organización del Festival no aceptará la inscripción de aquellas piezas o campañas que pudieran herir los sentimientos de carácter nacional, religioso o político, o la sensibilidad del público. Así mismo no procederá a llevar a cabo aquellas inscripciones de piezas o campañas que inciten a la violencia o sugieran actitudes de violencia, comportamientos ilegales, así como todas aquellas cuyos contenidos atenten contra los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contra las buenas costumbres. Tampoco se procederá a la inscripción de aquellas piezas o campañas, cuyo contenido sugiera circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, sexo u orientación sexual, o que atenten contra la dignidad de la persona.

La decisión de no inscripción de una determinada pieza o campaña publicitaria en el Festival, por las razones y motivos expuestos anteriormente, se hará en base única y exclusivamente a la opinión de la organización del Festival, su decisión será comunicada a quién solicitara la inscripción. No cabrá ningún tipo de recurso sobre esta decisión y en ningún caso, la decisión de no inscribir una determinada pieza o campaña, por las razones y motivos expuestos, podrá dar lugar a responsabilidad alguna para la organización del Festival, ni a ningún tipo de indemnización.



No se admitirá que dos empresas distintas presenten por separado la misma pieza/campaña en una misma categoría de una sección. En el caso de que dos empresas participen en la misma inscripción, se otorgará el premio y la puntuación a la empresa que aparezca en primer lugar en la ficha de la pieza y/o campaña.

La organización se reserva el derecho, bien por iniciativa propia o a instancias del Jurado, de realizar cambios de categoría en aquellas inscripciones de material que crea conveniente.

En el caso de que una de las categorías no contenga un número mínimo de inscripciones, la organización podrá agruparla en otra de las categorías de la misma sección.

En el caso de que una pieza o campaña sea finalista (integrante lista corta) o merecedora de premio, la organización se reserva el derecho a verificar a través de cualquier medio que considere apropiado, que la pieza o campaña cumple con los requisitos y condiciones que en el presente reglamento se contemplan. En caso de que la organización lo requiera, la empresa responsable de la inscripción deberá presentar la documentación requerida dentro del plazo fijado por la organización.

Podrán presentarse quejas o reclamaciones, sobre una determinada pieza o campaña publicitaria que haya resultado finalista (integrante lista corta) o merecedora de premio, siempre que:

- Se hagan por escrito a través de un correo electrónico dirigido a, con acuse de recibo. El plazo máximo establecido para recibir la reclamación será de 5 días naturales a contar desde la fecha de celebración de la entrega de premios.
- Identificando claramente la pieza o campaña objeto de la queja o reclamación, así como las razones que las justifiquen.
- Identificando la persona y/o empresa que realiza la reclamación.

En el caso de recibir por escrito, quejas o demandas sobre una inscripción finalista o ganadora, la organización del Festival realizará una investigación a fondo.

La oficina de reclamaciones del Festival tendrá como función prioritaria atender a las quejas o reclamaciones que pudieran presentarse en relación con el material participante en el mismo. Estará integrada por un total de 4 personas, figurando entre ellas el asesor jurídico del Festival y el gerente del mismo.

En el caso de que una pieza o campaña publicitaria incumpliera lo dispuesto en el presente reglamento, la organización del Festival procederá a la retirada del premio o declaración de finalista, si ya hubiera tenido lugar dicha distinción.

Si se prueba que la empresa participante hubiera infringido deliberadamente el reglamento, la organización se reserva el derecho a prohibir su participación durante el periodo de tiempo que estime oportuno.

La concesión de los premios por los jurados se llevará a cabo partiendo de un máximo de exigencia en relación a la calidad y la creatividad.

La decisión de los jurados con respecto a la concesión de los premios será definitiva e irrevocable. Sólo se llevará a cabo la retirada del premio por la organización, en el caso de que se produjera un incumplimiento de lo dispuesto en el presente reglamento.



Los participantes galardonados tendrán derecho a realizar publicidad de los premios obtenidos en el Festival.

El material y la documentación presentada pasarán a formar parte del archivo del Festival.

Los participantes autorizan la exhibición en público, privado o vía streaming de las piezas presentadas, así como su edición, distribución y venta como recopilación del contenido del Festival.

La organización se reserva el derecho de modificar las bases durante el transcurso del Festival en beneficio del mismo.

La organización sólo cancelará inscripciones a petición del interesado, si recibe notificación por escrito en la oficina del Festival antes de la fecha límite de cierre de inscripciones establecida. Solo en ese caso se efectuará el correspondiente reembolso.

La organización se reserva el derecho a retirar del Festival todo aquel material defectuoso o que no haya sido puesto a disposición del mismo en las debidas condiciones.

Ninguna inscripción concursará si no ha sido pagada con anterioridad a la fecha límite de cierre de inscripciones de material.

Los gastos de transporte y seguros de material, hasta su recepción en la oficina del Festival, correrán a cargo de los participantes.

Las muestras físicas enviadas a concurso podrán ser recogidas en las oficinas del Festival en el periodo de tiempo que la organización comunique.

La organización cuidará del cumplimiento riguroso de dichos requisitos.

La empresa que incumpliera lo establecido en el presente reglamento, será apartada del Festival, así como desposeída de los premios que pudiera haber obtenido por su participación.

II. DESCRIPCIÓN GENERAL

Acciones de comunicación, campañas o ideas que, por su simplicidad, innovación, singularidad, osadía o novedad, planteen una nueva manera de entender la comunicación publicitaria. Ideas que utilicen o no la tecnología agregando valor a la marca y a los consumidores.

Las campañas de bienes y/o servicios públicos sin ánimo de lucro, así como las piezas y campañas autopromocionales podrán optar al Gran Premio siempre y cuando cuenten con el voto favorable de los miembros del jurado.

III. CATEGORÍAS

Piezas o campañas que destacan por su creatividad e innovación. Se premiarán aquellas ideas que realmente sean novedosas y que supongan un avance para la comunicación en las siguientes categorías. Además, las ideas premiadas deben proponer un cambio en la forma en la que se hace publicidad y deben tener potencial para ser recordadas durante años.



1. Uso innovador en Film.

Piezas o campañas que destacan por su creatividad e innovación. Se premiarán aquellas ideas que realmente sean novedosas y que supongan un avance para la comunicación audiovisual. Las ideas premiadas pueden ser convencionales y no convencionales, pero deben proponer un cambio en la forma en la que se hace publicidad y tienen que tener potencial para ser recordadas durante años.

2. Uso innovador de audio.

Se premiarán aquellas ideas que realmente sean novedosas y que supongan un avance para la categoría. Las ideas premiadas deben proponer un cambio en la forma en la que se utiliza el Audio en publicidad, ya sea en formatos tradicionales, como en digital y social. Esta categoría NO INCLUYE la innovación en medios audiovisuales.

3. Uso innovador de medios impresos.

Se premiarán aquellas ideas que realmente sean novedosas y que supongan un avance para la comunicación en los medios impresos. Las ideas premiadas pueden ser convencionales y no convencionales, publicitarias o editoriales, pero deben proponer un cambio en la forma en la que se hace comunicación y deben tener potencial para ser recordadas durante años.

4. Innovación en exterior.

Se premiarán aquellas ideas que realmente sean novedosas y que supongan un avance para la comunicación en el medio Exterior. Las ideas premiadas pueden ser convencionales y no convencionales, pero deben proponer un cambio en la forma en la que se hace publicidad y deben tener potencial para ser recordadas durante años.

5. Innovación en activación.

Se premiarán aquellas ideas que realmente sean novedosas y que supongan un avance para la categoría, ya sea como Activación o como Experiencia de Marca. Las ideas premiadas deben proponer un cambio en la forma en la que se hace publicidad y deben tener potencial para ser recordadas durante años.

6. Innovación en digital y móvil.

Se premiarán aquellas ideas que realmente sean novedosas y que supongan un avance para el mundo de la publicidad en digital, móvil y tecnología. Cualquier campaña que use la tecnología y el digital de una manera nunca vista en publicidad.

7. Innovación en RRPP.

Se premiarán aquellas ideas que realmente sean novedosas y que supongan un avance para las relaciones públicas. Las ideas premiadas pueden ser convencionales y no convencionales, pero deben proponer un cambio en la forma en la que se hace comunicación de RR.PP y tienen que tener potencial para ser recordadas durante años.

8. Innovación en medios.

Se premiarán la utilización novedosa y creativa de los medios, el premio a la Innovación se reserva para aquellas ideas que realmente rompen con todo lo que se ha hecho previamente en el uso de los medios. Se premiarán aquellas piezas que de verdad provoquen un cambio en la



forma en la que se planifican y utilizan los medios, y que tengan el potencial para ser recordadas durante años.

9. Innovación en Branded Content.

Se premiarán aquellas ideas que realmente sean novedosas y que supongan un avance para la categoría de contenido. Las ideas premiadas deben proponer un uso nunca antes visto del Contenido de Marca y no sólo ser brillantes en su ejecución.

10. Innovación en el mejor uso de los datos.

Se premiarán aquellas ideas que demuestren la utilización de datos para desarrollar y ejecutar una campaña/acción.

11. Innovación en estrategia y creatividad.

Se premiarán aquellas ideas creativas que nacen de una estrategia de marketing innovadora que cambia la forma en la que una marca afronta una categoría, un problema de negocio o una situación coyuntural del mercado.

12. Innovación en productos o servicios.

Se incluirán soluciones innovadoras independientemente de la herramienta, producto, modelo, plataforma y otras formas de tecnología publicitaria.

IV. METODOLOGÍA DE INSCRIPCIÓN

1. REGISTRO

Para inscribir material en El Sol debes registrarte como un nuevo usuario tanto si has participado en ediciones anteriores del Festival como si es la primera vez que lo haces. Para registrarte debes hacerlo desde la página principal. En la esquina superior derecha encontrarás el botón REGÍSTRATE

2. COMPLETAR FORMULARIO

A continuación, deberás darte de alta rellenando el formulario que aparece en la página de registro.

3. ACCESO

Recibirás en tu email un usuario y contraseña que deberás introducir en el apartado de acceso, en la barra superior de la web.

4. INSCRIPCIÓN DE MATERIAL

Una vez hayas accedido al backoffice del Festival, debes acceder a la herramienta INSCRIPCIÓN DE MATERIAL, desde donde podrás inscribir las piezas que participarán en el Festival.

5. NUEVA INSCRIPCIÓN

En la herramienta de inscripción de asistentes debes hacer click en NUEVA INSCRIPCIÓN y rellenar sus datos.



En caso de necesitar información adicional puedes contactar con nosotros.

V. ENVÍO DE MATERIAL

INNOVACIÓN		
SECCIÓN	OBLIGATORIO	OPCIONAL
1. Innovación en film	Spot sin duración máx (si es más de 3', resumen 3')	Vídeo explicativo (5'max) Vídeo proyección (1'max)
2. Innovación de audio	Audio	
3. Uso innovador de medios impresos	Jpeg	
5. Innovación en exterior	Vídeo explicativo (5'max)	Vídeo proyección (1'max) Url
6. Innovación en digital y móvil		
7. Innovación en RRPP		
8. Innovación en medios		
9. Innovación en Branded Content		
10. Innovación en mejor uso de datos		
11. Innovación en estrategia y creatividad		
12. Innovación en productos y servicios		

1. En primer lugar será **obligatorio** en *Innovación en film (Cat.1)* subir a través del sistema upload un vídeo explicativo en formato QuickTime en habla hispana o portuguesa, o en su defecto subtulado en alguno de estos idiomas, mostrando los elementos que conforman la campaña. En el caso de que el spot tenga una duración superior a los 3min, se deberá enviar un resumen de 3min como máximo.

En *Innovación en audio (Cat. 2)* será obligatorio subir a través del sistema upload un archivo audio de la cuña en la ficha de inscripción de la pieza, siguiendo las instrucciones de upload. La organización recomienda cumplimentar el apartado "Diálogo de la cuña" para la completa comprensión de la misma. Se digitalizará cada cuál como un archivo independiente y con medio segundo de silencio al inicio y al final.

En el caso de *Uso innovador de medios impresos (Cat.3)* e *Innovación en exterior (Cat.4)* será obligatorio enviar un archivo digital de la pieza.

En el resto de las categorías será obligatorio subir a través del sistema upload un vídeo explicativo de duración máxima 5min, en donde se explique la pieza.

2. En segundo lugar, es **opcional** enviar a través del sistema upload un vídeo explicativo de duración máxima 5min en donde se explique la pieza para las categorías *Innovación en Film (Cat.1)*, *Innovación en audio (Cat.2)*, *Uso innovador en medios impresos (Cat.3)* e *Innovación en exterior (Cat.4)*.

3. En tercer lugar y de forma opcional se puede incluir la dirección URL donde se encuentra alojada dicha pieza inscrita en las siguientes categorías: *Innovación en activación (Cat.5)*,



Innovación en digital y móvil (Cat.6), Innovación en RRPP (Cat.7), Innovación en medios (Cat.8), Innovación en Branded Content (Cat.9), Innovación en el mejor uso de datos (Cat.10), Innovación en estrategia y creatividad (Cat.11) e Innovación en productos y servicios (Cat.12).

La organización recomienda el envío de un vídeo de duración máxima 1min para su proyección en el Festival en la entrega de premios en el caso de que la pieza sea galardonada con un Sol de Oro. En este vídeo es imprescindible mostrar todos los elementos que conforman la acción publicitaria. De no enviar este vídeo, el Festival realizará la edición correspondiente a su criterio.

VI. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

VÍDEO

QuickTime 16:9

- 1920×1080
- 1280×720 ó 1024×576

QuickTime 16:9 anamórfico

- 720×576
- 720×480

Códecs recomendados:

- Apple Prores 25 p
- H264 100% 25p

AUDIO

- MP3
- 192 kbits
- Stereo 44 Khz

IMAGEN

- Jpeg en alta calidad
- Resolución: 300 dpi
- Piezas Verticales Alto: 50 cm. y Ancho: 35 cm.
- Piezas Horizontales Alto: 35 cm. y Ancho: 50 cm.

CONTENIDOS WEB

Ficheros de texto en formato TXT que contengan la dirección web (URL).



VII. FECHA LÍMITE

La fecha límite para la inscripción de campañas, envío del material y pago de las inscripciones se podrá consultar en la web, www.elsolfestival.com

VIII. PRECIO Y FORMAS DE PAGO

MATERIAL
Innovación

EUROS
375

*IVA no incluido

Las inscripciones de material solo se podrán pagar en euros.

A través del área privada podrás acceder al pago del material inscrito. Deberás indicar una de las dos formas de pago (transferencia bancaria o tarjeta de crédito) y seguir las instrucciones que se indican.

- Mediante **transferencia** bancaria a nombre de la ACP (Asociación de la Comunicación Publicitaria) indicando el código de referencia que automáticamente se enviará a tu correo.

Es imprescindible enviar el justificante de la operación a contabilidad@elsolfestival.com

BANCO: BANKINTER

DIRECCIÓN BANCO: Av. Portugal, 19 Local 5, Móstoles, 28931 Madrid, ESPAÑA

Nº Cuenta: 0128/1515/12/0500000602

IBAN: ES81 0128 1515 1205 0000 0602

BIC/SWIFT: BKBKESMMXXX

CÓDIGO BANCARIO: 01281515

- Mediante **tarjeta** Visa, Mastercard, Maestro o Euro 6000
- Mediante **PayPal**

Fecha límite de pago: consultar www.elsolfestival.com