

CÓMO PARTICIPAR

Para participar en el concurso de Jóvenes Creativos de El Sol, deberás de registrarte en la web www.elsolfestival.com. Una vez cumplimentado los datos recibirás tu usuario y contraseña que deberás introducir en el apartado de acceso en la barra superior de la web. A través de este sistema online podrás subir el material requerido.

Cada equipo deberá conformar una agencia ficticia y elegir a un representante o portavoz de dicha agencia. Solo se podrá enviar una campaña por equipo o agencia.

PARTICIPANTES

Las candidaturas deberán ser presentadas por estudiantes mayores de edad (a partir de 18 años) de universidades, escuelas o centros de estudios iberoamericanos. Como centros de estudio se entienden: universidades, estudios de posgrado, máster, escuelas superiores, academias y restos de cursos especializados en Publicidad y RRPP. Los participantes deberán conformar equipos de 2 personas. No es necesario que los componentes de los equipos pertenezcan al mismo centro de estudios o universidad.

Los participantes deberán tener entre 18 y 25 años y no trabajar en ninguna agencia de publicidad.

CONTEXTO

El Ayuntamiento de Málaga trabaja en la definición de un nuevo modelo de ciudad desde una perspectiva transversal en todos los puntos de contacto con ciudadanos, visitantes, empresas e instituciones.

La ciudad de Málaga cuenta con varios planes de desarrollo que orientan la estrategia de la ciudad y que implementan un modelo definido en la Estrategia Málaga 2020, en la "Agenda Urbana en la estrategia de sostenibilidad integrada 2020-2050".

Estos planes marcan la referencia del contexto actual de la ciudad y orientan las actuaciones operativas para que Málaga sea "una ciudad metropolitana de alcance mediterráneo, metrópoli de alta calidad de vida y respeto medioambiental, capital económica y tecnológica de Andalucía, capital turística y de ocio europea".

INTRODUCCIÓN

La ciudad lleva el peso de ser uno de los motores económicos de primer orden en Andalucía. De todo esto nace la necesidad, casi el deber, de crear una marca ciudad capaz de contar todo lo que significa Málaga. Como punto de partida, nuestra diversidad, apertura y hospitalidad a todo aquel que elige Málaga como destino para visitar, vivir, trabajar, estudiar, que se enamora de la ciudad. Además, la ciudad cuenta con un tejido empresarial que apuesta decididamente por Málaga lo que significa creación de empleo, oportunidades y riqueza para los ciudadanos.

OBJETIVO

Buscar una marca que identifique a la ciudad de Málaga y a sus habitantes, partiendo de su contexto histórico, cultural, económico, social y ambiental. Posicionando la imagen de la ciudad en el ámbito local, nacional e internacional e influyendo, a la vez, positivamente en la cultura de toda la ciudadanía de Málaga.

La marca Málaga está orientada a generar la internacionalización, exportación y promoción de la ciudad, a la vez que el arraigo y cohesión a nivel local y regional.

La idea de la sostenibilidad, las políticas urbanas, la pluralidad de la sociedad malagueña, las infraestructuras, la relación con la provincia y la región, la apuesta tecnológica, el giro en las últimas dos décadas hacia un modelo cultural o la universalidad de la ciudad como destino turístico deben ser punto de partida y el sustento de la marca Málaga orientada a generar la internacionalización, exportación y promoción de la ciudad, a la vez que el arraigo y cohesión a nivel local y regional.

En definitiva, el trabajo de la creación de la nueva marca ciudad Málaga debe recoger la esencia de ser una ciudad admirada universalmente, que atrae inversiones y visitantes de alto valor, que capta y retiene talento y que genera en su ciudadanía un sano orgullo de pertenencia.

Quiere demostrar todo lo que la ciudad de Málaga tiene para ofrecer, generador de sostenibilidad y de oportunidades, no solo para la ciudad, sino para toda la provincia. Este rasgo solidario nos caracteriza, nos potencia y nos ayuda a competir de tú a tú con otras grandes capitales.

Convertirnos en una ciudad global de alta proyección sin perder calidad de vida ni humanidad. Es necesario crear un relato de la ciudad. el posicionamiento de la nueva marca territorio nos ayudará a sentar las bases que nos permitan proyectarnos y ser percibidos mejor y de manera consistente y sinérgica desde todos los ámbitos. Que vivir en Málaga no signifique elegir entre el desarrollo profesional y la calidad de vida. CIUDAD CONCILIADORA.

PALANCAS ALREDEDOR DE LA NUEVA MARCA "MÁLAGA"

1. Proyección internacional de la ciudad.
2. Atracción de turismo, talento, negocio e inversiones.
3. Propiciar la creación de sinergias y alianzas para y desde aquí.
4. Nacionalización e internacionalización de la marca Málaga.
5. Cohesión ciudadana y sentimiento de pertenencia.
6. Reputación.

En resumen, esta marca no sólo gestionará la promoción de la ciudad, buscamos crear una "visión estratégica total" de la misma, desarrollando un sistema de percepciones de la ciudad. Para ello es necesario contar con una estrategia de posicionamiento de marca. Por ello queremos asociar un relato como hilo conductor a ese posicionamiento.

¿QUÉ QUEREMOS CONSEGUIR?

Málaga sea considerada la ciudad como un producto que implique una aproximación histórica, psicodemográfica y social en la que destaquen aspectos relacionados con los valores, la identidad, los ciudadanos, los visitantes, los usuarios, los mercados, los competidores y el impacto de nuestro entorno en general.

En la búsqueda de nuestro relato. La ciudad no pretende parecerse a nadie porque posee una combinación de atributos que les hace única y la convierten en una ciudad atractiva, no solo para vivir y visitar, sino también para trabajar, aprender, invertir o emprender.

Málaga es calidad de vida sin perder oportunidades. Málaga es una de las ciudades de Europa que mejor representa el nuevo posicionamiento de ciudad conciliadora entre calidad de vida y las ambiciones profesionales.

INSIGHTS / KEYWORDS

Tras la realización de planes estratégicos de la ciudad, se han recogido diferentes visiones de Málaga de las que se han extraído los siguientes insights: seguridad, bienestar, cultura, estabilidad, calidad de vida, mediterránea, tech, destino, negocio, smart city, clima, talento.

SEIS PILARES PARA UNA CIUDAD

1. Cultura: Con más de 3.000 años de historia, Málaga es uno de los destinos culturales con mayor proyección internacional. En los últimos años se ha abierto las mejores marcas de pinacotecas del mundo.
2. Turismo: Málaga demanda turismo de calidad cuyo comportamiento busque un amplio abanico de experiencias.
3. Tecnología: corazón tecnológico del sur de Europa.
4. Formación: La ciudad empieza a ser destino y emplazamiento de nuevas formas de educar.
5. Negocio: El nivel profesional ha evolucionado en las últimas décadas aportando cada vez más perfiles profesionales cualificados.
6. Conexión: Málaga posee una adecuada estructura que hacen que sea una ciudad bien conectada con el mundo y su entorno.

ENVÍO DE MATERIAL

JÓVENES CREATIVOS	
OBLIGATORIO	OPCIONAL
Vídeo explicativo (3' max) Gráfica	PDF

1. En primero lugar será **obligatorio** subir a través del sistema upload un vídeo explicativo en formato QUICKTIME, de 3 minutos de duración máxima mostrando los elementos que muestren el desarrollo de la propuesta. También se deberá presentar una gráfica de la campaña.
2. En segundo lugar, se **opcional** enviar un pdf donde se explique el desarrollo de la idea creativa propuesta para la marca.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

VIDEO

QuickTime 16:9

- 1920x1080
- 1280x720 ó 1024x576

QuickTime 16:9 anamórfico

- 720x576
- 720x480

Códecs recomendados:

- Apple Prores 25 p
- H264 100% 25p

PREMIOS

De entre todas las propuestas recibidas, el Jurado elaborará una lista corta de finalistas y, en su condición de tales, serán anunciados en la web de El Sol. Esta lista será publicada en fechas anteriores a la celebración del festival.

El Jurado seleccionará los tres trabajos que, a su entender, mejor cumplen con los objetivos definidos en el briefing y que serán distinguidos con el Premio El Sol, en sus categorías de Oro, Plata y Bronce.

El festival tratará de que las piezas requeridas tengan presencia y difusión en los medios de comunicación.

FECHA LÍMITE

La fecha límite para la inscripción y subida de material en la sección de Jóvenes Creativos es el **22 de mayo** hasta las 00:00h (hora española). **NO SE AMPLIARÁ PLAZO.**

No se aceptarán inscripciones ni subidas de material con posterioridad a la fecha indicada.

CONDICIONES LEGALES

Los participantes por el mero hecho de participar en este concurso autorizan a la organización de El Sol y a CIUDAD MÁLAGA a que comuniquen y muestren los trabajos, creados para ellos.

La participación en el concurso supone la aceptación de las Bases y la cesión en exclusiva y gratuita para España durante un año a contar desde la finalización del Festival El Sol por parte de los ganadores de los derechos de explotación (derechos de explotación: fijación, reproducción, distribución, comunicación pública y transformación por cualquier medio o sistema, en cualquier formato o soporte y mediante cualquiera modalidad de explotación).