



# ADAPPA

**ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD  
DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS**

## Campaña Institucional de Fomento de la Inversión Publicitaria

La reciente crisis económica ha supuesto un notable descenso en la demanda de las familias españolas. Todos los sectores que componen nuestra economía han sufrido en mayor o menor medida un fuerte descenso en su cifra de negocio. Consecuencia de esta situación es la reducción generalizada en los presupuestos de las empresas. La publicidad no ha sido ajena a esta situación. La caída de la inversión publicitaria es una de las más importantes de las últimas décadas. Por este motivo, ADAPPA (Asociación de Agencias de Publicidad del Principado de Asturias) quiere desarrollar una campaña corporativa en defensa de la importancia de la inversión en publicidad. Dicha campaña pondrá de manifiesto los conceptos:

- publicidad como inversión estratégica
- publicidad como herramienta para defender las marcas de nuestros clientes
- publicidad como motor e impulso de la ventas
- importancia de la planificación y control

En definitiva ver la publicidad como un aliado de la empresa para ayudarle a salir de la crisis y mejorar su cuenta de resultados, frente a la visión de la publicidad como un gasto prescindible y superfluo.

La campaña será publicitada en colaboración con los distintos medios de comunicación asturianos que pondrán sin cargo a nuestra disposición sus soportes para la emisión.

## CONDICIONES GENERALES Y BASES DE PARTICIPACIÓN.

1. En la **Campaña Institucional de Fomento de la Inversión Publicitaria**, en adelante LA CAMPAÑA, **pueden participar todas las empresas pertenecientes a ADAPPA**. Todas las agencias participantes deberán formar parte de ADAPPA con fecha anterior al 1 de Marzo de 2009.
2. Las piezas presentadas deben haber sido realizadas y creadas por los equipos creativos y de medios de empresas asturianas. No se admitirán piezas o campañas realizadas por los equipos de fuera del Principado de Asturias.
3. Toda campaña inscrita queda en poder de ADAPPA, pudiendo ser utilizado con fines de promoción y difusión de la Asociación en cualquier medio que hubiere o se conociese. También podrá ser utilizado en presentaciones a instituciones o profesionales entre otros. Cada participante, al firmar la ficha de inscripción autoriza a ADAPPA, a la utilización de las distintas piezas para los fines que considere convenientes. Los participantes aceptan mantener a ADAPPA fuera de todo tipo de acción legal o reclamo que surja de la exhibición del material y declaran que están autorizados para aceptar los derechos aquí descritos.
4. El **jurado** de LA CAMPAÑA estará constituido **por todas las empresas pertenecientes a ADAPPA**, que **emitirán su voto a aquella que consideren más adecuada** a los objetivos que se persiguen. **Las tres campañas más votadas**, pasarán a una segunda ronda, **y de éstas la más votada, será la ganadora**. En caso de empate entre varias campañas, se procederá a votar entre éstas, en otra ronda. De mantenerse el empate, se continuará con sucesivas votaciones hasta que una de ellas sea seleccionada. La decisión será inapelable y definitiva. De su decisión se levantará un acta que firmará el presidente de ADAPPA con el visto bueno de todas las empresas que hayan intervenido en la votación.
5. El jurado se reserva el derecho a declarar desierta la convocatoria, o a descalificar o no admitir cualquier campaña que no cumpla con los códigos de ética de la Asociación de la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol).

6. Cualquier dato falso proporcionado por el participante será motivo de descalificación
7. Las **propuestas de campañas serán aceptadas hasta las 14 Horas del 30 de Septiembre de 2009**, fecha límite de presentación. **Serán presentadas** en la sede de ADAPPA. **Pintor Luis Fernández. Edificio FADE. 33005 Oviedo. Principado de Asturias, a la atención de Margarita Megido**, secretaria de la Asociación. Todo el material que se reciba con posterioridad no será admitido.
8. Los gastos de transporte y seguros del material, hasta su recepción en las oficinas de ADAPPA, correrán a cargo de los participantes.
9. La agencia ganadora, tendrá derecho a realizar publicidad y/o promoción de su triunfo en este concurso.
10. En el caso de querer formalizar alguna queja, el interesado remitirá una carta a ADAPPA exponiendo sus argumentos, la cual será leída ante la Junta Directiva quien decidirá lo que estime conveniente, haciéndole llegar su decisión al interesado.
11. Esta convocatoria no tiene ninguna remuneración para los participantes ni para el ganador, y ADAPPA se compromete a hacerse cargo, previa solicitud de presupuestos, de los costes de producción necesarios para la realización del spot, cuña de radio y piezas gráficas, incluyendo todos los conceptos, tales como locución, fotografía, producción audiovisual, entre otros.
12. Cada empresa **sólo podrá presentar una campaña e incluirá en el sobre** la siguiente documentación: **Memoria de la propuesta creativa** que justifique la pertinencia de la campaña y desgrane los aspectos técnicos que se consideren de interés para la comprensión de la misma, su adecuación a los objetivos definidos y el éxito de la campaña, todo ello en un máximo de tres folios. "Story board" en papel o cartón pluma con la **propuesta de spot de TV**, con una duración máxima de 30 segundos, pudiendo ser de 10, 15, 20 o 25 segundos o adaptaciones según lo que estime el proponente. "Story board" en papel con la **propuesta de cuña de radio**, con una duración máxima de 30 segundos, pudiendo ser de 10, 15, 20 o 25 segundos o adaptaciones según lo que estime el proponente. Propuesta en papel de **piezas para prensa escrita y revistas**, en tamaño de página, roba página, media página y

faldón. Propuesta en papel de **banner o anuncio para Internet**. Propuesta en papel de **piezas para publicidad exterior**, (Valla, mupi, cabinas, buses y cualquier otro soporte que el proponente considere). Propuesta en papel de **folleto**. Propuesta en papel de cualquier **otra acción no incluida en lo citado** y que siendo susceptible de su cesión gratuita para la Asociación, pueda enriquecer la difusión de la campaña. Para favorecer el envío de cada campaña a los asociados para que todos puedan emitir su voto, se debe enviar en formato PDF, la memoria, junto a la propuesta creativa en un solo archivo y éste debe llevar como nombre del fichero el propio nombre de la agencia, para evitar cualquier tipo de confusión. En este sentido, todas las piezas deben señalar claramente la agencia que propone.

13. La participación en este concurso, supone la aceptación de dichas condiciones generales y del reglamento.

En Oviedo, a 1 de Agosto de 2009.

La Junta Directiva de ADAPPA