

PREMIILE FIBRA

- Regulament –

Premiile FIBRA („Competiția”) sărbătoresc spiritul creativ și curajul în comunicarea românească. Pentru a crea o nouă tradiție a valorilor îndrăznețe și a ingeniozității, Premiile FIBRA susțin creativitatea și curajul ca atribute ale industriei de comunicare.

1. Organizatori și competiție

1.1. Organizatorul

Competiția este organizată de Blue Idea Online SRL, persoană juridică română, cu sediul social în București, str. Presei, nr 1, bl.28, sc. a. ap. M2, cam. 2, mansarda, cu punct de lucru în București, Sectorul 1, str. Aleea Alexandru, nr 9, etaj 3, înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. J40/8552/2014, cod unic de înregistrare RO33400518, având cont bancar nr. RO91CECEB32030RON3809146 („Organizatorul”).

- 1.2. Scopul Competiției este acela de a încuraja și de a sărbători industria de comunicare din România, acordând premii pentru anumite categorii, astfel cum aceste sunt descrise în **Anexa 1 - „Categoriile și secțiunile Premiilor FIBRA”** și în **Anexa 2 - „Premiile competiției și premiile speciale”** la acest Regulament, care fac parte integrantă din acesta.
- 1.3. Competiția va avea loc între 22 februarie 2016 și 6 mai 2016, prima zi de competiție fiind prima zi pentru înscrieri, iar ultima zi fiind ziua de premiere.
- 1.4. Înscrierile vor avea loc între 22 februarie 2016 și 22 aprilie 2016. Jurizarea înscrierilor va avea loc între 25 aprilie 2016 și 5 mai 2016. Ceremonia de premiere va avea loc pe 6 mai 2016.
- 1.5. Toate informațiile privind Competiția vor fi puse la dispoziție pe site-ul www.premiilefibra.ro.

2. Participanți și eligibilitate

- 2.1. Competiția este deschisă tuturor persoanelor și organizațiilor din România, implicate în industriile de comunicare.
- 2.2. Pentru înscrierea în Competiție, fiecare participant trebuie să completeze un formular de înscriere („**Formularul de înscriere a lucrării**”) disponibil online la www.premiilefibra.ro și să plătească taxa de participare anunțată pe site. Înscrierea nu este completă, iar participantul nu va fi considerat valabil înscris în Competiție decât după transmiterea Formularului de înscriere completat și după plata integrală a Taxei de înscriere („**Înscrierea**”). Înscrierile nu vor fi considerate complete decât după ce fișierele media obligatorii („**Lucrarea înscrisă**”) au fost transmise către Organizator.
- 2.3. Prin înscrierea în Competiție, toți participanții acceptă acest regulament, care va fi obligatoriu din punctul de vedere juridic.
- 2.4. Organizatorul poate refuza înscrieri care aduc atingere sentimentelor naționale, rasiale, de sex sau religioase sau opiniei publice sau care, în opinia Organizatorului, încalcă legile, reglementările sau codurile de practică aplicabile sau încalcă orice drepturi ale terților. Toate Lucrările Înscrise trebuie să fi fost create în contextul unui contract obișnuit, cu plată, încheiat cu un client, iar clientul trebuie să fi plătit toate costurile media/de producție/de implementare, cu excepția situațiilor de auto-promovare sau al organizațiilor non-profit.

- 2.5. Este responsabilitatea participantului să se asigure că acel client care a comandat serviciile și/sau deținătorul drepturilor de proprietate intelectuală a acordat dreptul de utilizare a proprietății intelectuale pentru brandul promovat/pentru care se face publicitate. Nu se pot face înscrieri fără acordul prealabil al clientului/deținătorului drepturilor. La solicitarea Organizatorului, participanții vor pune imediat la dispoziție o copie a acestui acord. În sensul acestui regulament, client reprezintă orice persoană sau entitate care transmite un brief de creație unei persoane sau unei agenții de creație, din orice domeniu de comunicare, brief pe baza căruia să se fi produs o operă creativă destinată promovării produselor și/sau serviciilor clientului.
- 2.6. O singură parte poate depune o Lucrare Înscrișă (respectiv, fie agenția, fie compania de producție pot depune o înscriere la care au lucrat ambele părți; această lucrare nu poate fi înscrișă în competiție de ambele). Părțile interesate trebuie să agreeze în avans cine va fi partea care va face înregistrarea. În eventualitatea în care aceeași Lucrare Înscrișă este transmisă de două părți distincte, se va accepta în competiție doar prima înscriere. Partea care înscrie o lucrare în Competiție este responsabilă pentru plata Taxei de înscriere și va fi considerată contactul unic pentru Înscrierea respectivă.
- 2.7. Se pot credita mai multe părți pentru contribuția lor la o Lucrare Înscrișă. Participantul va fi răspunzător pentru menționarea pe Formularul de înscriere a tuturor părților care au contribuit la operă înainte de finalizarea Înscrierii.
- 2.8. Organizatorul poate contacta clientul aferent oricărei Înscrieri la cererea juriului, în orice moment în timpul procesului de jurizare, în cazul în care apar întrebări despre implementarea sau prezentarea lucrării.
- 2.9. Organizatorul și Juriul vor avea dreptul să mute Lucrările Înscrișe în categoriile adecvate, dacă este necesar.
- 2.10. Toate Lucrările Înscrișe trebuie să fi fost concepute pentru implementare, difuzare, transmitere sau publicare, iar majoritatea campaniei trebuie să fi fost implementată, lansată sau comunicată în mod substanțial în public între 1 ianuarie 2014 și 15 aprilie 2016. Înscrierile făcute nu pot fi anulate sau scoase din competiție după data de 22 aprilie 2016.
- 2.11. În eventualitatea în care după data Înscrierii devin disponibile informații suplimentare privind rezultatele campaniei, Organizatorul va accepta informații actualizate și suplimentare privind secțiunea de rezultate doar până la data de 24 aprilie 2016.
- 2.12. În eventualitatea în care o campanie se derulează pe o perioadă prelungită de timp (cu date de implementare multiple), este responsabilitatea participantului să depună dovezi adecvate privind evoluția campaniei de la an la an. În lumina informațiilor puse la dispoziție de participant, Organizatorul își rezervă dreptul de a decide dacă o Lucrare Înscrișă a evoluat suficient încât să poată fi considerată o Înscriere nouă, fiind astfel eligibilă.

3. Principalele drepturi și obligații ale participanților

3.1. Participanții au următoarele drepturi:

- 3.1.1. să câștige premiile puse la dispoziție de Organizator ca urmare a participării acestora în Competiție, potrivit prezentului regulament;
- 3.1.2. să fie informați cu privire la Înscrierile acestora și cu privire la orice alt aspect legat de Competiție;

- 3.1.3. să utilizeze titlul de „participant” / „finalist” / „nominalizat” / „câștigător” al Competiției, dacă este cazul, pentru propria promovare (publicare online, materiale promoționale etc.).
- 3.2. Participanții au următoarele obligații:
- 3.2.1. să respecte cu strictețe prezentul Regulament, deciziile oficiale ale Juriului și ale Organizatorului, în orice moment începând cu data înscrierii;
- 3.2.2. să răspundă la orice solicitări ale Organizatorului pentru completarea corectă a informațiilor transmise, să răspundă la orice întrebări privind implementarea sau prezentarea Lucrării Înscrierii, dacă este cazul, și să pună la dispoziție orice alte documente solicitate pentru a verifica veridicitatea informațiilor furnizate;
- 3.2.3. să acorde susținere Organizatorului în mod activ, în orice modalitate rezonabilă, pentru susținerea oricărei acțiuni în justiție inițiate împotriva Organizatorului în legătură cu Înscrierea sa;
- 3.2.4. să nu folosească numele Organizatorului, a Competiției, a sponsorilor sau a partenerilor media în contexte defăimătoare.
- 3.3. Participanții își asumă deplina responsabilitate pentru materialele, informațiile și/sau documentele depuse în timpul Competiției în raport cu Organizatorul și cu orice altă terță parte.
- 3.4. Nerespectarea oricăreia din prevederile din prezentul Regulament este motiv de descalificare din Competiție și va fi stabilită prin decizie oficială a Organizatorului.

4. Cerințele pentru transmiterea unei Înscrieri

- 4.1. Toate lucrările înscrise vor fi transmise pentru jurizare exact în forma publicată, difuzată sau implementată și nu pot fi modificate pentru înscrierea în competiție. Cu toate acestea, Lucrările Înscrise care sunt original în limba română trebuie traduse în limba engleză, cu condiția ca prezentarea să fie identică cu cea a versiunii originale. Este obligatoriu ca toți participanții să transmită și traducerea în limba engleză a Lucrărilor Înscrise. Expresiile locale sau regionale, cuvintele specifice, precum și referințele sociale, culturale sau politice, sau jocurile de cuvinte trebuie explicate.
- 4.2. Organizatorul își rezervă dreptul să solicite un plan media complet pentru fiecare participant, pentru a verifica autenticitatea Înscrierii, în eventualitatea în care Lucrarea Înscrisă este inclusă pe o listă scurtă sau este declarată câștigătoare.
- 4.3. În cazul unei plângeri împotriva oricărei Lucrări Înscrise câștigătoare sau incluse pe lista scurtă, Organizatorul va desfășura o anchetă completă în fiecare caz în parte și va solicita documentație detaliată de la toate părțile implicate, inclusiv de la participanți și de la client. Organizatorul nu va ezita să retragă premiul în cazul în care plângerea se dovedește întemeiată.
- 4.4. Participanții trebuie să verifice cu atenție lista părților care au contribuit la Lucrările Înscrise. În cazul în care Lucrarea Înscrisă este inclusă pe lista scurtă sau declarată câștigătoare, această listă de contribuții va fi publicată pe site-ul Competiției și pe materialele promoționale exact așa cum a fost inclusă în Formularul de înscriere.

- 4.5. Creditele sau drepturile de autor nu trebuie menționate în execuție. Pentru aceste informații exista secțiuni speciale în formularul de înscriere. Orice lucrare care conține sau menționează autorul, sau orice alt contribuitor la aceasta, va fi descalificată.

5. Drepturi de autor

- 5.1. Organizatorul își rezervă dreptul de a reproduce, de a copia, înregistra, publica sau distribui orice Lucrare Înscrișă pentru promovarea Competiției, a partenerilor și dezvoltatorilor acesteia înainte și/sau după data Competiției.
- 5.2. Fiecare Participant își asumă deplina răspundere pentru calitatea Lucrărilor Înscrișe, precum și pentru acordul tuturor părților implicate în conținutul înscris și absolvă Organizatorul de orice răspundere față de terți.

6. Jurizarea

- 6.1. Înscrierile câștigătoare vor fi selectate de un juriu internațional („**Juriul**”) care include un președinte al juriului – coordonatorul procesului de jurizare.
- 6.2. Lista scurtă va fi decisă din rândul tuturor Înscrierilor valabile printr-o primă rundă de jurizare, care va avea loc folosind platforma online pusă la dispoziție juraților de către Organizator. Înscrierile care primesc scorurile cele mai mari la fiecare categorie vor face parte din lista scurtă și vor fi ulterior selectate pe baza unor criterii specifice precum: strategie, creativitate, execuție, rezultate și curaj.
- 6.3. Clasamentul final se stabilește din lucrările ajunse în lista scurtă prin dezbaterile din cadrul Juriului care decide acordarea premiilor Gold, Silver și Bronze în fiecare secțiune, precum și a premiului Grand Prix pe fiecare categorie.
- 6.4. „Premiile Speciale” se vor acorda pe baza celui mai mare punctaj obținut prin cumularea scorurilor obținute de Lucrările Înscrișe care au ajuns pe lista scurtă, așa cum a decis Juriul.
- 6.5. Participanții vor menționa în „Formularul de înscriere a lucrării” ce tip de companie le descrie cel mai bine activitatea lor, iar în funcție de acest tip menționat intră în calculul pentru „Premiile Speciale”.

7. Dispoziții finale

- 7.1. Orice reclamații sau dispute născute din sau în legătură cu prezentul regulament vor fi soluționate amiabil.
- 7.2. Regulile și regulamentul de față vor fi guvernate de și interpretate în conformitate cu legea română, iar părțile se vor supune jurisdicției exclusive a instanțelor din România.
- 7.3. Participanții sau companiile despre care se dovedește că au încălcat în mod deliberat și cu știință regulile privind eligibilitatea pot fi excluse de la înscrierea în competiție la Premiile FIBRA pentru o perioadă de timp după data Competiției, astfel cum va specifica Organizatorul.
- 7.4. Prin înscrierea în Competiție, orice participant convine că toate informațiile, inclusiv datele personale, furnizate în Formularul de înscriere vor fi utilizate și prelucrate în scopul Competiției.

- 7.5. Organizatorul își rezerva dreptul de a modifica și/sau de a suplimenta prevederile prezentului regulament fără notificare prealabilă, înainte sau după începutul Competiției. Părțile care au o înscriere valabilă la momentul modificării și/sau suplimentării vor fi notificate în acest sens.
- 7.6. Orice decizie a Organizatorului în orice privință legată de Competiție este considerată definitivă și obligatorie.

Anexa 1

Categoriile si sectiunile Premiilor FIBRA

1. VIDEO

Utilizarea curajoasă și inovatoare a unui mediu tradițional precum video este exact ce încearcă FIBRA să onoreze și să susțină. În cadrul competiției, această secțiune va include conținut de publicitate video produs și destinat pentru difuzare pe ecrane și online.

1.1. TV/ Cinema:

Conținutul înscris în Competiție trebuie să fie conceput și destinat ecranelor TV și de cinema tradiționale și trebuie să fi fost difuzat ca atare.

1.2. Online:

Conținutul înscris în Competiție trebuie să fie conceput și destinat exclusiv pentru difuzare online și/sau pentru reclame pre-roll.

1.3. Viral:

Conținutul înscris în competiție trebuie să fie conceput cu principalul scop de a fi distribuit online și/sau pentru distribuție de către utilizatori.

1.4. Branded Content & Entertainment:

Conținutul înscris în competiție trebuie să fie creat de/împreună cu un brand și trebuie să fie difuzat pe TV, la cinema sau online. Menționarea efectivă a brandului în execuție nu este obligatorie. Această secțiune include, fără a se rezuma însă la acestea, videoclipuri muzicale și conținut de ficțiune sau non-ficțiune în care brandul este prezentat într-o manieră explicită sau nu.

1.5. Other Screens & Events:

Conținutul înscris în competiție trebuie să fi fost difuzat pe alte dispozitive de afișare în afară de TV, cinema sau online. Înscrierile pot include difuzări doar de la evenimente private sau publice.

2. RADIO

Pentru participarea în această categorie, înscrierile trebuie să fie concepute și destinate pentru difuzare pe posturile de radio existente sau pe canalele radio online.

3. PRINT

Scopul FIBRA este acela de a onora toate experiențele creative curajoase. În cadrul acestei secțiuni, vom recompensa măiestria grafică ce dă dovadă de curaj și se dovedește de ajutor pentru comunicare, oferind astfel o mai bună înțelegere a identității brandului.

3.1. Press:

Această secțiune include toate materialele promoționale destinate și utilizate în media pe suport hârtie, precum reviste și ziare.

3.2. Indoor & In-store:

Lucrările Înscrișe în această secțiune includ toate materialele promoționale destinate și utilizate pentru publicitate indoor sau in-store. Secțiunea include, fără însă a se limita la postere, flyere, bilete, calendare, invitații, cărți poștale și felicitări, precum și orice alte materiale promoționale in-store.

3.3. Publications and Brand Collateral:

Înscrișerile vor include: cataloage, broșuri, kituri de presă/media, literatură de business, publicații digitale, CD-uri, DVD-uri, coperti de albume și papetărie de marcă

3.4. Packaging:

În această secțiune vor fi incluse toate elementele care dau forma și/sau structura finală a ambalajului unui produs.

3.5. Brand identity:

Înscrișerile din această secțiune vor fi reprezentate de toate aplicațiile logo-ului care ajută la crearea sau reîmprospătarea, dar și la menținerea identității unui brand.

4. CRAFT

FIBRA premiază și susține curajul și creativitatea execuției incluse într-o campanie sau activitate promoțională în toate formele sale.

4.1. Best Art Direction:

Această secțiune va include toate eforturile implicate în crearea, selecția, producția și execuția conținutului grafic al unei campanii sau al oricăruia din elementele grafice ale unei campanii.

4.2. Best Illustration:

Scopul acestei secțiuni este de a onora și de a premia fiecare din calitățile conținutului grafic, precum calitatea designului, cât de bine se potrivește cu identitatea brandului și cu campania, cromatică, etc.

4.3. Best Copywriting:

Scopul acestei secțiuni este de a onora și de a premia toate tipurile de conținut scris care completează și definește o campanie, fiind în același timp în conformitate cu identitatea brandului pe care îl sprijină în dezvoltarea și îmbunătățirea sa.

4.4. Film Craft:

Scopul acestei secțiuni este de a onora măiestria video care dă dovadă de curaj și va include elemente precum regia, scenografia, efectele vizuale sau cinematografia etc.

4.5. Sound Design:

Scopul acestei secțiuni este de a onora măiestria audio care dă dovadă de curaj și va include elemente precum coloana sonoră, regia, valoarea producției, efectele speciale etc.

4.6. Best Use of Technology

Înscrișerile includ utilizarea sau dezvoltarea de noi tehnologii sau adaptarea tehnologiilor existente pentru îmbunătățirea experienței de brand și construirea capitalului de brand.

5. DIGITAL

Cu intenția de a încuraja mijloacele creative de comunicare, FIBRA onorează soluțiile online și digitale de brand, precum și inovațiile tehnologice utilizate pentru a oferi o experiență mai semnificativă, dar în același timp neconvențională și/sau o mai bună înțelegere a esenței brandului.

5.1. Web:

Înscrierile vor include: Destinații online pe termen lung pentru un brand (Website), micro-site-uri pentru campanii pe termen scurt sau servicii web care oferă experiență mai bună și un mai bun engagement cu brandul.

5.2. Branded Games:

Conținutul înscris în competiție trebuie să fi fost creat special ca ajutor pentru comunicarea de brand. Înscrierile vor include, fără însă a se limita la jocuri pentru PC, jocuri pentru telefoanele mobile, jocuri bazate pe social media sau jocuri pentru consolă.

5.3. Branded Apps:

Înscrierile trebuie să reprezinte instrumente sau servicii digitale. Înscrierile includ, fără însă a se limita la aplicații dezvoltate pentru PC sau dispozitive mobile.

5.4. Branded Tech:

Înscrierile trebuie să fie produse concepute și dezvoltate cu intenția de a oferi beneficii consumatorului, astfel creând valoare pentru brand. Înscrierile includ, fără însă a se limita la tehnologii care îmbunătățesc stilul de viață sau comportamentul, robotică, VR, biotehnologie, tehnologie existentă îmbunătățită.

5.5. Social Media:

Utilizarea platformelor de social media existente pentru îmbunătățirea relațiilor cu consumatorii sau cu comunitatea. Campaniile care utilizează elementul social media în plan secundar sau în scopul susținerii unei campanii care a fost concepută în principal pentru alte canale media nu vor fi incluse și nu vor trece în etapa de jurizare.

5.6. Online Banners:

Înscrierile vor fi analizate pe baza execuției vizuale.

6. INTEGRATED

Scopul FIBRA este de a încuraja creativitatea în orice mediu. Campaniile care dezvoltă soluții de identitate pe mai multe canale (cel puțin 2) cu intenția de a îmbunătăți experiența de brand și de a crea valoare pentru brand sunt sărbătorite la FIBRA. Această categorie include și campaniile 360°.

7. MEDIA

FIBRA sărbătorește utilizarea creativă și îndrăzneță a tuturor mijloacelor media. În cadrul acestei Competiții, ne dorim să onorăm ideile inovatoare și implementările utilizate pentru a crea și a dezvolta o relație cu consumatorul sau cu comunitatea, explorând diverse mijloace media.

7.1. Creative Use of Media:

Înscrierile din această secțiune includ soluții curajoase care comunică identitatea brandului folosind o serie de canale, în mod creativ. Secțiunea include și utilizarea neconvențională a canalelor tradiționale, dar și dezvoltarea unor mijloace media noi.

7.2. Creative Media Mix:

Înscrierile din această secțiune includ orice strategii media care demonstrează o înțelegere superioară a publicului țintă, reușind astfel să livreze etosul și experiența de brand în mod eficient.

8. OUTDOOR

FIBRA își dorește să sărbătorească curajul creativ pe orice suport, inclusiv outdoor. În cadrul acestei secțiuni sunt incluse reclamele îndrăznețe pe panouri și postere, precum și execuțiile ambientale de tipul out-of-home.

8.1. Billboard and Outdoor Poster:

Înscrierile vor include: publicitatea pe panouri, în stațiile de autobuz, în malluri și pe mijloacele de transport în comun. etc.

8.2. Special Projects:

Înscrierile vor include panourile/posterele create pentru locații standard de publicitate, dar cu elemente active sau interactive de engagement, precum efecte digitale, elemente 3D, utilizarea ambientului și aplicații etc.

9. NON-PROFIT

La FIBRA, scopul nostru este de a susține și de a onora creativitatea și curajul în publicitate, în special dacă este o cauză superioară implicată. FIBRA sărbătorește orice tip de activitate de comunicare care nu a fost concepută sau creată de/împreună cu un brand sau care nu a fost creată pentru câștig financiar. Eforturile organizațiilor caritabile, de strângere sau colectare de fonduri, ale organizațiilor non profit și ale organizațiilor non-guvernamentale, mesajele de sănătate și siguranță publică, mesajele de conștientizare a publicului, etc. sunt incluse în această categorie, împreună cu orice alte forme de comunicare și utilizarea oricărui canal.

10. PR

Scopul FIBRA de a-și clădi reputația ca fiind Competiția care onorează și susține ideile curajoase și creative nu ar putea fi îndeplinit fără recunoașterea eforturilor de PR în toate manifestările acestora. În cadrul FIBRA, această categorie va include toate acțiunile menite să gestioneze relațiile dintre o persoană, o organizație sau o companie și publicul său țintă, prin construirea și menținerea încrederii.

10.1. Corporate Communications:

Înscrierile din această secțiune vor include toate acțiunile care permit companiilor sau organizațiilor să-și explice misiunea și să-și combine viziunea și valorile într-un mesaj unitar pentru toate persoanele interesate.

10.2. Media Relations:

Înscrierile din această secțiune includ campanii care utilizează mass media - ziare, reviste, radio și televiziune - pentru a crea și dezvolta un profil pozitiv pentru un produs sau un serviciu, pentru a schimba atitudinile în rândul audienței media țintă și pentru a îndeplini obiectivele de comunicare ale clientului/proiectului în cauză.

10.3. Sponsorship, Partnership & Endorsements:

Înscrierile din această secțiune includ campanii care asociază o vedetă sau un brand cu un produs/serviciu pentru a obține notorietatea dorită/pentru a îndeplini obiectivele de afaceri și/sau pentru a ajuta la stabilirea încrederii și a afinității între produs/serviciu și public.

10.4. Experiential/ Stunts:

Înscrierile din această secțiune includ campaniile care utilizează un eveniment experimental sau o 'cascatorie' pentru îndeplinirea obiectivelor. Secțiunea include orice activitate concepută pentru a construi sau a spori valoarea și reputația unui brand.

11. PROMO & ACTIVATION

Pentru a onora și a susține curajul și creativitatea, FIBRA recompensează dezvoltarea de soluții de comunicare interactive cu scopul de a genera notorietate pentru un brand, de a crește cererea pentru un anumit produs pe piața sau de a diferenția brandul în comunicarea directă cu consumatorul. Înscrierile includ, fără a se limita însă, campanii care conțin una sau mai multe execuții pentru fiecare dintre secțiunile de mai jos.

11.1. Brand Activation:

În cadrul Competiției, această secțiune va include orice activități concepute pentru a crea o activare imediată și/sau o ofertă de vânzare a unui produs sau serviciu. Înscrierile vor include și activități de guerrilla marketing.

11.2. Shopper Experience:

Sunt incluse în această secțiune orice înscrieri care demonstrează o abordare generală de marketing integrat, care iau în considerare oportunitățile de a crește consumul și identifică cumpărătorul ca element cheie în relația brand-consumator, activitățile desfășurându-se în toate punctele de contact direct cu cumpărătorul.

11.3. Brand Promotions:

Această secțiune include toate activitățile sau materialele promoționale care comunică etosul de brand și diferențiază produsul, construind în același timp capitalul de brand și susținând creșterea cererii pentru produs.

12. PRODUCT DESIGN

Designul de produs poate reprezenta un exemplu de curaj. Festivalul FIBRA recompensează curajul și creativitatea în utilizarea aplicată la produsele fizice, ca ajutor de comunicare a esenței brandului, precum și utilizarea sa pentru a crea un impact pozitiv asupra calității vieții consumatorului, creând astfel valoare pentru brand.

13. DIRECT MARKETING

FIBRA recompensează utilizarea curajoasă și creativă a comunicării directe pentru a transmite un apel la acțiune și pentru a genera un răspuns direct, creând valoare pentru brand dezvoltând și/sau îmbunătățind relația dintre brand și consumator.

13.1. Use of Traditional Media for Direct Marketing:

Înscrierile din această secțiune includ utilizarea creativă a canalelor tradiționale de marketing directe, precum corespondența, mediul ambiant, difuzarea cu răspuns direct, printul sau outdoor-ul.

13.2. Use of New Media for Direct Marketing:

Înscrierile vor include utilizarea noilor canale media pentru crearea unui răspuns direct, precum marketingul digital, marketingul mobil, campaniile cu răspuns în rețelele sociale, utilizarea audienței rețelelor sociale etc.

14. EVENTS

În cadrul acestei Competiții, categoria Events va recompensa toate activitățile care au ca scop crearea de interacțiune directă cu audiența („live engagement”), demonstrând cunoașterea atât a publicului țintă, cât și a esenței brandului.

14.1. Live Shows & Festivals:

Înscrierile din această secțiune vor include toate evenimentele de live engagement dezvoltate și implementate de/cu un brand pentru scopuri de divertisment, precum concerte, ceremonii de decernare a premiilor, concursuri/turnee etc.

14.2. Learning and Exhibition:

Înscrierile din această secțiune vor include toate evenimentele dezvoltate de/cu un brand pentru scopuri educaționale sau informaționale, precum lansări de produs, seminare, conferințe, târguri, galerii etc.

14.3. Corporate Entertainment:

Înscrierile din această secțiune vor include toate evenimentele găzduite de corporații, organizații sau companii pentru crearea și/sau prelungirea relațiilor cu diferitele tipuri de public pe care îl adresează compania prin activitatea sa.

Anexa 2

Premiile competiției și premiile speciale

Premiile competiției

Premiile competiției - **Gold, Silver și Bronze** în fiecare **secțiune** și premiul **Grand FIBRA** în fiecare **categorie** – precum și acordarea lor este în totalitate decizia juriului.

Premiile speciale

Premiul Agenția Anului se va acorda agenției „creative agency”/„full service agency” care va obține cel mai mare punctaj din suma tuturor scorurilor obținute de Lucrările pe care le-a înscris.

Premiul Agenția de Digital a Anului se va acorda agenției de digital care va obține cel mai mare punctaj din suma tuturor scorurilor obținute de Lucrările pe care le-a înscris.

Premiul Agenția de PR a Anului se va acorda agenției de PR care va obține cel mai mare punctaj din suma tuturor scorurilor obținute de Lucrările pe care le-a înscris.

Premiul Agenția de Media a Anului se va acorda agenției de media care va obține cel mai mare punctaj din suma tuturor scorurilor obținute de Lucrările pe care le-a înscris.

Premiul Agenția de BTL a Anului se va acorda agenției de BTL care va obține cel mai mare punctaj din suma tuturor scorurilor obținute de Lucrările pe care le-a înscris.

Premiul Clientul Anului se va acorda clientului ale cărui Lucrări înscrise vor obține cel mai mare punctaj din suma tuturor scorurilor obținute pe lista scurtă.

Premiul Copywriter-ul Anului se va acorda copywriter-ului care a contribuit la Lucrările Înscrise care vor obține cel mai mare punctaj din suma tuturor scorurilor obținute pe lista scurtă.

Premiul Art Directorul Anului se va acorda Art Director-ului care a contribuit la Lucrările Înscrise care vor obține cel mai mare punctaj din suma tuturor scorurilor obținute pe lista scurtă.

Young FIBRA este o competiție special organizată pentru tinerii profesioniști creativi sub 30 de ani. Lucrările lor vor fi concepute pe baza unui brief primit de la clienți, parteneri ai festivalului și vor fi înscrise prin intermediul platformei TheCreator. După o preselecție din partea clientului și a publicului prin vot online, primele 10 lucrări pentru fiecare brief vor fi jurizate în timpul Competiției, în funcție de creativitate, curaj și înțelegerea briefului. Se vor acorda premiile **Gold, Silver și Bronze** pentru primele 3 locuri pentru fiecare brief.