YOUNG LIONS BRAZIL 2017

REGULAMENTO CATEGORIA MEDIA

A publicação deste regulamento ainda não é garantia de que as vagas serão oferecidas em 2017, nem em número nem para todas as duplas. A definição do número de delegados e duplas de competição só será confirmada após a definição dos patrocinadores.
A publicação antecipada do regulamento destina-se dar conhecimento das mudanças e diminuir dúvidas. ***Atenção para o prazo final: 28 de março***

O programa Young Lions Brazil é resultado do sucesso e excelência profissional de 402 profissionais selecionados desde 1995 e que são, hoje, os líderes em suas categorias.

Realização: Estadão - representante oficial do Festival Internacional de Criatividade Cannes Lions.
Organização: Editora Referência e Emmanuel Publio Dias

Público alvo: Profissionais que trabalham no planejamento, comercialização e execução de projetos de comunicação (Mídia), em qualquer plataforma de comunicação, seja em agências, veículos ou empresas especializadas.

PARA PARTICIPAR:

- Ter até 30 anos (ter nascido após 24 de junho de 1986);
- Jamais ter sido delegado do Festival Internacional de Criação Cannes Lions, em qualquer categoria;
- Ter residência física no Brasil, do momento da inscrição até a data de realização do Cannes Lions Festival;
- Preencher a ficha de inscrição on-line, que estará oportunamente disponível no site www.younglions.com.br ;
- Enviar portfólio e documentação conforme descrito abaixo;
- Ler e aceitar este regulamento, na íntegra, bem como as instruções contidas no FAQ publicado neste mesmo site. Não estar em conformidade com qualquer das condições acima resultará na desclassificação do participante, em qualquer momento no programa, sem direito a restituição do valor da inscrição.

INSCRIÇÃO

- Todos os CASES devem ser publicados on line;
- Uma vez publicados os CASES não podem ser alterados;
- Os participantes poderão enviar UMA campanha de sua escolha identificada em pasta especifica. A pasta deve constar um índice exatamente igual

ao que estará na ficha de inscrição, com a relação de cada peça exposta e seu suporte de comunicação (mídia on e off line; campanhas, projetos, promoção, eventos, ponto de venda, etc). Na pasta, poderá incluir UM vídeo-case referente à campanha/peça/projeto. Repetindo: uma vez publicados, os CASES não poderão ser alterados;

- É proibido identificar a empresa ou qualquer outra instituição onde o candidato trabalhe ou tenha trabalhado, ou qualquer prêmio recebido nas peças (seja pelo anunciante, seja pela respectiva agencia);
- Todos os inscritos na categoria Media deverão obrigatoriamente publicar o CASE em um blog, site, hotsite, etc, ou qualquer plataforma on line criada exclusivamente para este fim. O link para a pasta eletrônica será exigido no momento da inscrição, será divulgado publicamente e servirá de base para a votação que escolherá o short-list, bem como apreciação dos jurados.
- As inscrições que não estiverem rigidamente dentro das especificações serão retiradas da lista a qualquer momento e, mesmo eventualmente votados e classificados, não serão levados a julgamento.

MATERIAL PARA ENVIO:

Os profissionais desta categoria deverão enviar 1 (um) CASE, que tenham concebido ou participado. No caso de cases realizados por equipes, informar o nome de todos os participantes do grupo – apenas o participante inscrito será avaliado pelo Júri. Os case poderão seguir uma das três formulações abaixo:

EXELÊNCIA EM MEDIA INSIGHTS E ESTRATÉGIA
Candidatos nesta categoria serão julgados com base no sucesso em como uma campanha de mídia consegue sugerir, desvendar e entender o comportamento do consumidor e suas necessidades. Com o objetivo de desenvolver uma campanha de mídia estratégica que esteja em linha com o objetivo específico do cliente, metas de marketing e posicionamento geral da marca.

EXELÊNCIA EM PLANEJAMENTO DE MÍDIA
Candidatos nesta categoria serão julgados com base no sucesso em como as plataformas de mídia foram selecionadas para entregar a mensagem da marca. Candidatos devem detalhar o alcance, penetração e frequência da mensagem para gerar a resposta desejada.

EXELÊNCIA EM EXECUÇÃO DE MÍDIA
Candidatos devem demonstrar como o pensamento e as negociações com os donos de mídia permitiram executar a campanha através de canais selecionados e atingir as metas de negócios. Deverão ser valorizados os esforços de compra de espaço nos meios de comunicação como parte da narrativa da marca e para a entrega dos objetivos de criação.

O CASE deverá apresentar:

- Um TÍTULO.
- Um ÍNDICE, as peças ou ações descritas

- Um SUMÁRIO com no máximo 200 palavras para o projeto inscrito, enfatizando o pensamento por trás do projeto e as razões pelas quais ele merece o prêmio.

O CASE DO PROJETO.

O case deve ter no máximo 1.500 palavras, contemplando:

- Como o trabalho do profissional de mídia contribuiu para a solução final.
- Como a sua ajuda em termos estratégicos e criativos foi fundamental para se chegar ao produto final de comunicação.
- A formatação estrutural e estética do trabalho é livre: você pode dividir a história em quantos capítulos quiser, bem como incluir as imagens que achar necessário para ilustrá-lo.
- Os concorrentes se identificarão apenas com seu NOME e CATEGORIA, não sendo permitido mencionar ou indicar a empresa para a qual trabalha (restrição que deverá ser mantida em toda a apresentação dos cases). Na mesma folha de capa, incluir o TÍTULO, o ÍNDICE e o SUMÁRIO de 200 palavras.

O que estará em julgamento é a importância do trabalho do profissional de mídia para a excelência do trabalho publicitário. Por isso recomenda-se enviar vídeo case ou cópias de anúncios, peças gráficas (no máximo 5) e peças eletrônicas (no máximo 5), da campanha a que se refere.

DOCUMENTAÇÃO A SER ENVIADA JUNTO (ALÉM DO CASE)
Upload no momento da inscrição:

• Comprovantes de atividade profissional, com no mínimo dois (2) anos de experiência no mercado. Serão aceitos somente: cópia da carteira de trabalho, contrato de trabalho temporário ou estágio oficial, e carta dos empregadores declarando o período de trabalho, com identificação (papel timbrado e CNPJ), assinada por sócio ou diretor da empresa contratante ou departamento de RH). No caso de PJ, notas fiscais que cubram o período de 2 anos de atividades.

• Cópia do Passaporte válida;

• Comprovante de depósito de R$ 250,00.
Dados Bancários:
Banco Bradesco
Agência 2282
C/C 016122-5 (Young Creatives)
CNPJ 04.032.625/0001-96.

* OBS: Caso o candidato, em algum momento tenha participado de algum evento do Grupo de Mídia, o valor da taxa de inscrição é de R$ 210,00. Fazer upload do comprovante.

- A carta "endorsement' é opcional. Trata-se de uma declaração de algum profissional, com quem tenha trabalhado, que possa nos dizer algo sobre você e seu trabalho.

JÚRI E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

O Júri especial de Young Clients será formado por profissionais indicados

- Pelo Grupo de Mídia.
- Pelos Organizadores.
- Pela a comunidade Young Lions Brazil, em votação aberta entre os ex-youngs.

O Júri definirá seus critérios de notas e julgamento, dentro dos parâmetros do Regulamento Geral. Sua decisão é irrecorrível.

A critério do júri os mais votados no shortlist poderão ser convidados para uma apresentação pessoal de seu case.

Os vencedores serão aqueles que obtiverem as melhores médias dos jurados e somente eles terão seus nomes divulgados. Os dois melhores serão indicados para a Young Media Competition a ser realizado em junho, durante o Festival Cannes Lions.

Os vencedores serão proclamados, junto com toda a delegação dos Youngs 2017, em data e local a serem divulgados.

O número de Young Lions escolhidos será definido pelos organizadores, em função do número de patrocinadores da categoria até o limite de 10% do total de inscritos na categoria. O júri poderá indicar uma reserva de participantes que serão eventualmente escolhidos se, após a realização do júri, novos patrocinadores se apresentarem (sempre respeitando o limite de 10% do total de inscritos).

São Paulo, 24 de janeiro de 2017