

# BRIEFING

**CATEGORÍA**  
GRÁFICA  
PUBLICITARIA



# BRIEFING

## **JÄGERMEISTER: MANIFEST**

Primeros fabricantes de bebidas espirituosas del mundo que presentan una categoría súper-premium para el segmento de los licores de hierbas. Producción limitada de 60.000 botellas comercializadas en bares, restaurantes, hoteles y clubs exclusivos de determinados mercados de Europa, así como en algunos Duty Free.

### **1. Objetivos**

#### **Marketing:**

Promocionar el nuevo producto de Jägermeister: Manifest. Destacar marcando la diferencia dentro del sector de bebidas alcohólicas de licores de hierbas.

#### **Comunicación:**

Posicionar el nuevo Manifest en la mente del consumidor como un licor premium que ofrece experiencias únicas y distintas.

### **2. Público objetivo**

- Personas entre 30 y 45 años.
- Consumidores gourmet, entorno profesional y personal internacional.
- Conscientes del valor del producto y de su exclusividad, que buscan nuevas experiencias.

### 3. Mensaje

- Shot para degustar tranquilamente.

### 4. Tono

- Transgresor
- Alternativo
- Urbano

### 5. Participantes

- Alumnxs de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz.
- Participación individual o dupla.
- Alumnxs en situación de Erasmus o Sicue también pueden participar.

### 6. Formato

- Las piezas deberán entregarse en formato JPG.
- La resolución de las piezas será de 300ppp.
- Tamaño A3.
- Si fuera necesario explicar la campaña o alguna acción adicional se entregará además un documento PDF.

## 7. Entrega

- Fecha máxima de entrega: 12 de Marzo.
- Vía web: [www.madfestival.es](http://www.madfestival.es)
- Datos del concursante: Nombre, apellidos, DNI, email, teléfono, curso y grado al que pertenece.

## 8. Premio

- Material educativo o profesional, a elegir por el ganador, por valor de 150 € (el premio elegido deberá ser material técnico profesional: tableta gráfica, Tablet, microfonía, material fotográfico, etc.).

## 9. Cuestiones legales

Los concursantes reconocen y asumen que todos los derechos de explotación y los derechos de propiedad intelectual, que eventualmente pudieran emanar de la creación de la obra objeto de este concurso, pertenecen en exclusiva a MAd festival. Los mencionados derechos de explotación se refieren al usufructo (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) de las piezas creadas por parte de ambas marcas.

Las modificaciones pertinentes siempre se harán con el consentimiento y aprobación del autor (cambios en cuanto a contraste cromático, dimensiones, elementos que pudiera tener) Los archivos que se entreguen sin la calidad necesaria, serán rechazados, y no podrán optar a concurso.

El hecho de participar en el concurso implica el conocimiento y aceptación de las presentes bases; motivo por el cual no podrán ser impugnadas una vez formalizada la presentación de los trabajos. Aquellos trabajos que no cumplan los requisitos formales de estas bases se considerarán fuera de concurso.

La organización se reserva el derecho a decidir sobre aquellos aspectos no previstos en las bases que puedan surgir. Su fallo será inapelable pudiendo declarar desierto el premio si se estimase que las obras presentadas no alcanzan la calidad suficiente para ser galardonadas o si no se cumpliera con un número suficiente de participantes.

Tampoco podrá aparecer ningún dato personal, seña, explicación o signo escrito en el propio contenido de la pieza creativa, una firma en la gráfica o el logotipo con el nombre de los autores de la pieza audiovisual.

Se recuerda que la utilización de material con derechos de autor sin su consentimiento está penado. Existen numerosas páginas web donde el material (imágenes o música) está libre de derechos de autor.

Para cualquier consulta o sugerencia sobre las bases del concurso se podrá contactar a través de [madfestival2019@gmail.com](mailto:madfestival2019@gmail.com)