



El Festival Internacional El Ojo de Iberoamérica invita a jóvenes profesionales y estudiantes de publicidad, marketing y comunicación de la región, a participar del Concurso Nuevos Talentos 2020, en base a la consigna (Brief) propuesta por la organización del Festival que cuenta con el auspicio de Coca-Cola.

Las ideas ganadoras serán cedidas en forma total al organizador del concurso quien podrá utilizarlas, reproducirlas y producirlas libremente o cederlas a los auspiciantes de este Concurso para su publicación . La participación en este concurso implica la aceptación de esta premisa y su reglamento.

### **BRIEF CREATIVO 2020 – LA CREATIVIDAD QUE HACE GIRAR**

Coca-Cola auspicia el Concurso de Nuevos Talentos con el Brief "La Creatividad que hacer girar" con el fin de apoyar a los comercios/ negocios de cercanía con ideas para conectar con sus consumidores de barrio.

En tiempos de pandemia, la comunicación cobró un rol relevante en el desarrollo de mensajes y estrategias para que las empresas logran superar las dificultades impuestas por el nuevo escenario global.

El objetivo del concurso es proporcionar herramientas a pequeños negocios de barrio del rubro indicado para que puedan empezar o seguir comunicándose y vendiendo a su público en un contexto de tantas limitaciones como el que estamos viviendo.

Proponer ideas, campañas, piezas y/o acciones para solucionar un problema de negocio/comunicación de un comercio o establecimiento de barrio con venta de alimentos y bebidas (por ejemplo: kioscos, almacenes, botillerías, bares, restaurantes, supermercados chicos de barrio, etc) que sea Pyme, que no forme parte de una cadena comercial y que nunca haya hecho ninguna campaña publicitaria.

Cada participante deberá elegir el negocio del barrio al que va elegir para comunicar.

El brief dependerá de las necesidades de su cliente específico pero deberá contener ideas de cómo comunicarse con sus clientes en tiempos de cuarentena y pandemia teniendo en cuenta el anunciante elegido y la problemática concreta que elija.

Este concurso cuenta con el auspicio de Coca-Cola, pero en la idea o propuesta de comunicación que se plantee deberá ir el logo del negocio de barrio elegido o el nombre del mismo, y no el del auspiciante del concurso.

**Cada participante o grupo deberá presentar el "BRIEF" de su anunciante y contener la siguiente información:**

**ANUNCIANTE** (el negocio o comercio de barrio elegido):

**RUBRO / TIPO DEL ANUNCIANTE:**

**OBJETIVO:** Ayudar a un negocio o comercio de barrio con venta de alimentos y bebidas, que sea una Pyme, que no forme parte de una cadena comercial y que nunca haya hecho ninguna campaña publicitaria.

**PROBLEMA A RESOLVER:** queda a cargo de él/los participantes encontrar la problemática del anunciante elegido que se relacione con el contexto actual (cuarentena, la pandemia, la caída de ventas, etc.).

**AUDIENCIA:** describir al público de cercanía del negocio de barrio (NSE, edad, ubicación geográfica, sexo, insights, etc.).

**SOLUCIÓN:** contar la propuesta creativa pensada para resolver la problemática elegida.

**IDEA CREATIVA CENTRAL - Entregables:** ideas, campañas, piezas y/o acciones.