

Concurso: “Pon nombre y uiste a la bebida del siglo XXI”

Bases

Objetivo: El objetivo del presente concurso es elaborar un manual de identidad de marca de una nueva bebida de baja graduación alcohólica obtenida a partir de la fermentación natural y controlada del zumo de naranja. Para la consecución de este objetivo, se presentan 2 fases. Una **primera** destinada a la creación de la marca, incluyendo el nombre, el logotipo y un eslogan; y una **segunda**, en la que se elaborará el manual de identidad de marca propiamente dicho. Esta última fase sólo será realizada por la persona o grupo de personas cuya propuesta de marca haya sido la ganadora.

Participantes: En el concurso podrán participar tanto personas físicas como jurídicas, con conocimientos de diseño gráfico y dotes creativas, de acuerdo con los objetivos del concurso. Cada participante puede presentar más de una propuesta.

Al mismo tiempo, cada obra puede ser creada por un grupo de personas. En este caso, la comunicación con la organización se realizará a través de un representante del grupo, el cual será quien deba estar inscrito.

En cualquier caso el premio y la cuantía económica del concurso se otorgaran a la obra, con independencia del número de participantes en su elaboración.

Propuestas:

- **Primera fase: nombre, logotipo y eslogan, acompañados de una descripción como máximo de dos carillas que justifiquen el nombre y diseño.** (la segunda fase, desarrollo del manual de marca, sólo será realizada por el ganador de la primera fase).

- Los nombres deben poderse registrar como marca dentro de la categoría de Niza 33¹. Para comprobar la disponibilidad de vuestras propuestas pueden acceder al siguiente link:
<http://www.oepm.es/Localizador/buscarDenominacion.jsp>
El registro de la marca premiada será realizado por Grupo Hespérides.
- Las propuestas deben ser en su totalidad propias de la autoría del concursante, no se aceptarán inclusiones de banco de imágenes ajenas a la creación personal, ni que impliquen asumir costos de derecho de copyright. Al mismo tiempo, será responsabilidad de los autores cualquier reclamación que pueda producirse en relación a la autoría del diseño y su posible plagio.
- Se valorará positivamente que los nombres y el logotipo sean originales, susceptibles de ser usados internacionalmente, fáciles de leer, deletrear, pronunciar y recordar, así como también que hagan referencia a uno o varios de los atributos diferenciadores del producto. Al mismo tiempo, no deben tener significados o connotaciones no deseadas en idiomas extranjeros, así como tampoco deben prestar a confusión acerca de la naturaleza del producto.
- La marca puede ser resultado de la combinación de números y letras, así como también abreviaturas o creación de personajes.
- Se aconseja utilizar colores que sean fácilmente trasladables a escala de grises, para su realización posterior tanto en color como en blanco y negro.

Forma de participar: En la pestaña “participar” los nuevos concursantes podrán registrarse rellenando el formulario, tras el cual, en un plazo máximo de 24 horas, recibirán un mensaje electrónico con un código de identificación. Este código debe ser usado tanto para nombrar la obra finalizada, cuando la envíe por correo electrónico, así como en el asunto de todos los correos que intercambie con la empresa a lo largo del proceso de elaboración de la propuesta, con el objetivo de entablar un *feedback* permanente, que sirva para consultar dudas y adaptar las propuestas a los requerimientos de la empresa, si así lo desea.

¹ La Clasificación de Niza es una clasificación de los productos y servicios para el registro de las marcas.

Las inscripciones podrán realizarse desde el mismo instante en el que reciba estas bases. Sin embargo, las propuestas no podrán ser enviadas hasta el día 9/08/2010, día en el que se abre el concurso, a partir del cual se hará llegar a los inscritos información sobre la bebida que complementará la disponible en la pestaña “presentación”, así como también en el material, tanto gráfico como en formato texto, disponible en la web y en facebook, con el objetivo de adaptar las propuestas a las características de ésta.

Dichas propuestas podrán ser enviadas hasta las 12:00 a.m del día 10/09/2010.

Estas propuestas serán valoradas por la organización y aquellas que mejor puntuación reciban serán sometidas a votación popular desde el día 11/09/2010 hasta el día 19/09/2010.

Agosto:


Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Septiembre:

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

 Plazo para que los participantes envíen las propuestas sobre las que han trabajado.

 Plazo para las votaciones de las propuestas por parte de los visitantes a la web.

 Elaboración del manual de marca a cargo de la propuesta ganad

A partir de este momento, él o los autores de la propuesta de marca ganadora se compromete a realizar un manual de identidad de la marca el cual debe incluir:

- Logotipo
- Componentes de la marca
- Acotación de la marca
- Reducción de la marca
- Espacio vital
- Tipografía corporativa
- Referencia cromática
- Uso del color en la marca
- Usos incorrectos
- Así como las explicaciones necesarias para su mejor reproducción en usos posteriores.
- Diseño del etiquetado y la chapa de la bebida, para un envase de vidrio transparente del cual se aportará mayor información.
- Diseño de las aplicaciones para la identidad del producto:
 - a) Tarjeta de producto
 - b) Invitación a actos oficiales
 - c) Carpeta estándar y subcarpeta
 - d) Carátulas para DVD's y/o CD's
- Vídeo promocional
- Material promocional: camisetas, gorras, bolsas, etc. Se valorará la inclusión de merchandising original.
- Imágenes promocionales y presentaciones.(para la web)
- Fondos de presentaciones, etc.

El contenido del manual de identidad de marca, finalmente quedará consensuado con el diseñador ganador del concurso.

La realización del manual de identidad de marca, el cual es imprescindible para recibir el premio, sólo será realizado por el ganador de la primera fase, desde el 20 al 27 de

Septiembre. Durante este periodo, los miembros de Grupo Hespérides se mantendrán en estrecho contacto con el ganador.

Material a entregar:

Se debe presentar vía e-mail a la dirección de correo: info@grupohesperides.es :

- Logotipo aislado versión color y logotipo aislado en escala de grises (o blanco y negro), en formato vectorial y en pdf. Eslogan representativo de la marca propuesta y de la bebida.
- El logotipo y el eslogan debe ir acompañado de una breve explicación, de extensión no superior a 2 carillas.

Presentación de proyectos: El plazo de admisión de trabajos estará abierto desde el 09/08/2010 hasta las 12:00 del medio día del 10/09/2010. Los trabajos deben ser nombrados con el código que recibirás una vez hagas efectiva la inscripción en el concurso a través del formulario de participación.

Aquellos participantes interesados en presentar más de una propuesta, el código identificador para cada una será:

El código facilitado al inscribirse en el concurso (XXXXXX), seguido de un punto y el número de la propuesta (Y):

Ejemplo:

Propuesta 1: XXXXXX.1

Propuesta 2: XXXXXX.2

Grupo Hespérides se reserva el derecho a suspender, aplazar o cancelar el concurso, en cualquier momento anterior a su finalización, siempre que existan causas que así lo justifiquen. También podrá ampliar el plazo si lo considera oportuno.

Jurado y veredicto: El jurado estará formado por los miembros de Grupo Hespérides, quienes seleccionarán aquellas propuestas que mejor reúnan las características requeridas. Estas propuestas serán sometidas a votación por parte del público general,

habilitándose para ello una plataforma en la web de Grupo Hespérides;
www.grupoesperides.es

Grupo Hespérides dispone de un sistema para evitar en la medida de lo posible el empleo de votos masivos o fraudulentos, permitiendo tan sólo un voto por persona. Así, para votar será necesario rellenar un breve formulario con datos de contacto y datos personales. Entre los votantes se sorteará un premio valorado en 100 €. Para la recogida del premio será necesario presentar el DNI que será usado para contrastar los datos del ganador del sorteo celebrado entre los votantes.

El jurado se reserva el derecho a declarar el premio desierto. En caso de hacer valer este derecho, se notificará a los participantes en los 15 días posteriores a la finalización del concurso.

Premio: Para los participantes, se entregará un único premio consistente en 500,00 €. Grupo Hespérides se pondrá en contacto, vía telefónica, el lunes 20 de Septiembre con el ganador para que inicie la segunda fase del concurso, imprescindible para recibir el premio.

Si el premiado fuese menor de edad o estuviese incapacitado, será necesario el consentimiento de sus padres o tutores para la aceptación del premio.

Grupo Hespérides difundirá la propuesta ganadora a través de la red y mediante notas de prensa.

Propiedad intelectual: El o los autores de la propuesta ganadora, con la sola participación en este concurso, acepta las condiciones establecidas en las presentes bases, percibiendo, por la cesión del trabajo, como ÚNICO PAGO el establecido como premio; no teniendo absolutamente nada que reclamar y quedando obligado a ceder el original en soporte digital a la empresa, para disponer de los trabajos, la reproducción y difusión, sin limitación de los derechos que deberá ceder gratuitamente el autor como condición de la participación en el concurso.

Así mismo, Grupo Hespérides Biotech S.L., tendrá completa libertad para utilizar el logotipo premiado total o parcialmente o para modificarlo si lo cree necesario.

La participación en el concurso supone la aceptación de todas las bases y el fallo del jurado, que será inapelable. Al mismo tiempo, supone la autorización para incluir los datos personales del concursante en una Base de Datos, propiedad de Grupo Hespérides Biotech S.L., para futuras comunicaciones de la marca. No obstante, los interesados podrán, en cualquier momento, ejercitar los derechos de acceso, rectificación, oposición y en su caso, cancelación, previstos en la L.O. 15/1999, de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de carácter personal, mediante comunicación escrita.