

Festival Internacional de Cine de Las Palmas de Gran Canaria

Sector

Se trata de un festival de cine que se ocupa básicamente de rescatar y recuperar cine independiente o 'de arte' hoy exiliado en su mayor parte de las salas comerciales.

Desarrollo del logotipo

En las últimas ediciones hemos optado por una cartelería que juegue con el logotipo. Potenciando el reconocimiento de la marca a nivel nacional.

Descripción de actividad líneas de fuerza

- El 'estado del arte': detecta nuevas tendencias, hace seguimiento de nuevos autores, propone vías de reflexión (libros, encuentros con cineastas y especialistas).
- Visión periférica: el cine vivo se encuentra en la periferia del circuito comercial, en la periferia de los grandes centros de producción e incluso en las periferias geográficas, la propia isla.
- En términos de proyección nacional la programación del Festival es, junto con la del Festival de Gijón, la más respetada del país, ocupan la vanguardia de los festivales generalistas.

Valores de marca del proyecto – Ahora o nunca

Se oferta otro cine. En esa diferencia se haya el sentido de la iniciativa.

- Entendemos que el reconocimiento regional y nacional del Festival viene dado por la propuesta de programación.

'Ahora o nunca'

- La oferta, sólo posible en las fechas del certamen, mantiene un nivel de muy alta calidad, reconocida por cinéfilos y especialistas de todo el país y de aquellos procedentes de otros países que han tenido la ocasión de conocerlo.

Diferenciación

/ Reconocimiento / Calidad / Originalidad / Vanguardismo / Desafío intelectual

Target

Se dirige a quienes se sienten interesados por el cine en sí mismo, es decir, en el cine como arte vivo, capaz de explorar vías originales y de dar cuenta de su propia época.

- El público objetivo del festival oscila entre los 25 y los 50 años, tiene estudios superiores, valora la oferta cultural, es sensible al contacto con culturas ajenas y dispone de medios para acceder a los canales de información. No es el mismo público que acude a las salas a lo largo del año, pues prefiere ver películas en casa. Pero se siente atraído por la condición de evento especial que tiene el festival.

Principales productos

Producto Cultural:

Oportunidad Única, aquello que se ve en el festival, no puede verse fuera de él.

Producto Turístico:

El certamen es a su vez un producto turístico que inserta la ciudad que le sirve de base en el mapa internacional de festivales, de tal modo que el nombre de la ciudad quede asociado al planeta-cine.

Objetivos de comunicación

- Reconocimiento regional y nacional como Festival de vanguardia, no sólo en circuitos especializados.
- Seducir al público local para acudir a sala; Oportunidad única.
- Aumentar las visitas a www.lpafilmfestival.com y los usuarios de nuestras redes sociales evitando la estacionalidad.

Bases del Concurso del Cartel del Festival

13º Festival De Cine

de Las Palmas de Gran Canaria

MARCH 16 – 24 MARZO

1º Podrán tomar parte en el concurso todas las personas o empresas que lo deseen.

2º Cada participante podrá presentar hasta un máximo de tres obras, siendo condición indispensable que las mismas sean originales e inéditas.

3º El cartel tendrá por objeto representar al evento y servirá de soporte promocional y publicitario.

4º El autor o autora de la obra, o la empresa ganadora percibirá la cantidad de 3.000 €, cantidad sujeta a las retenciones legalmente establecidas.

5º El diseño elegido pasará a ser propiedad de Promoción de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, S.A., quien disfrutará en exclusiva de todo el derecho de explotación de la obra sin limitación temporal alguna, así como de su divulgación en cualquier forma, distribución, etc. Y en general, la transmisión de cualquier derecho de explotación, sin necesidad del previo consentimiento del autor, respetando lo establecido en las disposiciones legales vigentes al respecto.

6º Podrán optar al concurso trabajos de técnica libre (fotografía, pintura, diseño gráfico, etc.).

7º Los originales deberán ser presentados exclusivamente en soporte “cartón pluma”, con una medida de 72 centímetros de alto por 50 centímetros de ancho y 10 milímetros de grosor. Dicho soporte no debe contener elementos ni volúmenes que sobresalgan de su superficie.

8º No se admitirán trabajos enmarcados ni protegidos por cristal o realizados en materiales cuyo transporte represente un riesgo evidente para la integridad de la obra y para su posible devolución.

9º Tanto el embalaje como el transporte y los correspondientes seguros serán por cuenta del autor o persona en la que delegue, tanto en la entrega como en su retirada.

10º En los trabajos presentados no podrá aparecer seña o marca que identifique al autor de la misma, debiéndose adjuntar a cada una de ellos en sobre aparte y cerrado, una ficha en la que conste nombre y apellidos del autor, o empresa, en su caso, dirección, teléfono y fotocopia del NIF o CIF.

11º El plazo de presentación de las propuestas comenzará el 2 de enero de 2012 y finalizará a las 13.00 horas del día 23 de enero de 2012. El material deberá presentarse embalado en papel o cartón en Promoción de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, S.A. (calle León y Castillo, 322, 3ª planta 35007 Las Palmas de Gran Canaria), de lunes a viernes en horario de 9.00 a 13.00 horas.

12º Cuando las obras se entreguen en mano, cada autor recibirá un resguardo del registro de entrada, que le servirá para retirarla posteriormente. Si el envío se realiza por correo, se remitirá el certificado, sirviendo de resguardo la tarjeta de acuse de recibo en la que se consignará el título de la obra.

13º El jurado encargado de valorar las propuestas presentadas estará integrado por profesionales de la comunicación, el arte y la publicidad y será designado por Promoción de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, S.A.

14º Promoción de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, S.A. se reserva el derecho de declarar desierta la convocatoria.

15º El jurado podrá seleccionar los trabajos que considere oportunos a fin de organizar una exposición, pudiendo éstos ser retirados en un plazo de treinta días contados a partir del siguiente a la clausura de dicha exposición. Transcurrido el mencionado plazo se entenderá que el

autor renuncia a la obra física, autorizando a Promoción de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria a disponer de ella.

16º Los participantes serán responsables de cualquier posible reclamación, tanto por derechos de autor como por derechos de imagen de los trabajos presentados.

17º El ganador debe presentar a las 24 h. de la notificación el cartel en un cd en un formato cerrado y también editable para el posterior tratamiento del mismo.

18º La participación en este concurso lleva implícita la aceptación de todos los apartados de las presentes bases. Los litigios que pudieran suscitarse de la aplicación de la presente convocatoria o del contrato que en virtud de la misma se celebre, estarán sujetos a la jurisdicción Contencioso-Administrativa y sometidos a los Tribunales competentes en el lugar en que tiene su sede la Sociedad.

Notas:

- El cartel del Festival de Cine deberá incluir las fechas del mismo, así como los logotipos del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria y el del propio festival.
- Los interesados podrán solicitar logotipos e información adicional en los teléfonos 928 44 68 39 / 40 / 41 o 42
- El briefing está disponible en www.lpafilmfestival.com a pie de página en la sección documentos.

Las Palmas de Gran Canaria a 28 de diciembre de 2011

María Isabel García Bolta

Presidente de Promoción

de la Ciudad de Las Palmas de Gran Canaria S.A