

1. La sección concursal de Smile Festival está abierta a la participación de anunciantes, agencias de publicidad, estudios de diseño gráfico y creativo, desarrolladores de webs, productoras, agencias de medios, medios de comunicación y jóvenes talentos tanto de España como de cualquier parte del mundo.
 2. Se admitirán las piezas, campañas o acciones de promoción con el único requisito de su temática sea humorística. Podrán ser presentadas por los creadores o productores de la pieza o por la empresa o entidad a la que está destinada o que se la encargó.
 3. El plazo de inscripción de trabajos será anunciado en la web del evento con la suficiente antelación y para informarse de este dato, podrán acceder los participantes a www.smilefestival.net. La organización se reserva el derecho de modificar fechas de inscripción al festival, fechas del acto, precios de inscripción o ciudad o lugar de realización del Festival de Publicidad y Humor. La organización se reserva el derecho a retirar del Festival todo el material que sea ofensivo, defectuoso o no refleje el espíritu de este Festival.
 4. El material a inscribir podrá estar concebido y realizado en cualquier lengua internacional, pero subtítuloado en castellano, y deberá haber sido publicado hasta la fecha anunciada en nuestra web, en los apartados referentes a condiciones de participación.
Las inscripciones realizadas por otro que no sea el anunciante deberán contar con la autorización de éste.
 5. En el caso de las inscripciones en los apartados de marketing directo y marketing promocional, relaciones públicas, se adjuntará a la pieza inscrita un texto explicativo de la acción en concreto, detallando antecedentes y objetivos, estrategia creativa, duración, ámbito y resultados (si estuvieran disponibles).
 6. En el caso de las inscripciones en la categoría de proyecto, los participantes deberán presentar un informe detallado de las actividades que se han llevado a cabo.
 7. Sólo se cancelarán inscripciones si se recibe notificación por escrito en la oficina del Festival con un mes de antelación a la celebración del acto. En ese caso no se efectuará el correspondiente reembolso.
- La asistencia a cocktails, celebraciones, hoteles, viajes, etc, correrán a cargo del concursante. Si estos servicios se han contratado a través de la organización, en caso de ser anulados tendrán que notificarlo por escrito, con el menos un mes de antelación, no efectuándose en este caso el correspondiente reembolso.
8. La organización se reserva el derecho, por iniciativa propia o a propuesta del Jurado, de realizar cambios de categoría o a subdividir alguna de ellas si así lo considera conveniente. La organización tendrá voz y voto total para la selección de los premios especiales.
 9. Todos los gastos de transporte y seguros del material correrán a cargo de los participantes, así como de los gastos de traslado, estancia y asistencia a la cenas, celebraciones, hoteles, etc..., en caso de acudir a la Gala.
 10. El material y la documentación presentada pasará a formar parte del archivo de Smile Festival. Los participantes autorizan la exhibición en público o privado de las piezas presentadas, así como su edición, distribución y venta para la promoción del festival.

11. No se aceptarán anuncios o campañas cuyos mensajes hayan sido declarados ilícitos por los tribunales u organismos de autorregulación publicitaria, tampoco entrarán a concurso mensajes que no tengan relación alguna con la temática de este festival.

12. Cuando una pieza o campaña sea merecedora de premio, la organización podrá reclamar los correspondientes certificados o comprobantes de emisión o publicación en los medios.

13. Será descalificada, y en su caso desposeída de sus galardones, cualquier empresa que incumpliera lo establecido en estas condiciones.

14. Los premios serán fallados por un jurado compuesto por diferentes profesionales del mundo de la publicidad, la comunicación y el marketing, los cuales serán anunciados en la web del festival con la suficiente antelación.

15. Los ganadores tendrán que participar en la entrega de premios y asistir a la Gala, si en caso de fuerza mayor no pudieran asistir los ganadores o el anunciante, enviarán un representante a la recogida del premio, la organización en ningún caso se responsabilizará de la recogida de los premios de los ganadores. En ningún momento la organización se hará cargo de gastos de desplazamiento, hospedaje, asistencia a cenas o cocktails ni de ningún tipo de gastos de los asistentes, así como de gastos de envío de material al festival, que en todo momento correrán a cargo de los participantes.

Si el/la participante no ha pagado sus acreditaciones no podrá acceder al concurso, así como si no ha satisfecho la cantidad correspondiente a la entrada al cocktail no podrá de modo alguno acceder al mismo, así mismo, las agencias o empresas, organismos e instituciones y/o medios ganadores habrán tenido que realizar previamente a la Gala de entrega de premios, los pagos correspondientes a la obtención de su Galardón.

16. Se aceptarán hasta un máximo de 10 piezas por cada empresa participante.

17. Los alumnos premiados abonarán 125 euros en concepto de acreditación pudiendo asistir posteriormente a la gala profesional de Smile Festival.

18. El ganador o ganadora podrá venir acompañado de colegas de profesión, clientes, etc... para ello tendrán que enviarnos al mail facilitado en la web para este acto, un listado con los asistentes, para lo que dependiendo del aforo de la sala en cada edición, se limitará el número de personas que puedan acceder al acto. Teniendo en cuenta los precios de asistencia.

19. Los ganadores tendrán que facilitarnos un listado con la suficiente antelación de la/s personas que recogen el premio, especificando nombre de la compañía, así como el cargo que ostentan.

20. Para una mayor agilidad de la entrega de premios, las dedicatorias de los mismos no podrán exceder de 30 segundos por ganador/a.

21. Un ganador podrá ser desposeído de su premio o galardón en caso de infringir normas básicas del festival, no acreditar ser autor de la campaña, no tener consentimiento de su cliente para la participación en el concurso, no haber realizado el pago de las acreditaciones, incumplir normas morales o cívicas, intento de comunicarse con los miembros del jurado con fines relacionados a la puntuación de su campaña, etc.