



**I LIKE
IDEAS
12 OKTOBER
TUSCHINSKI EN ESCAPE**

**MET ALS HOOGTEPUNTEN HET ADCONGRES, DE
EFFIEAWARDS, CANNES LIONS AMSTERDAM, EN
EEN TALENTPROGRAMMA. WWW.24RECLAME.NL**



WELKOM OP DE 24 UUR VAN DE RECLAME

Het festival waarin alles draait om de creatieve, inhoudelijke én maatschappelijke waarde van het reclamevak. Het ontbrak Nederland tot een jaar geleden aan een festival dat het communicatievak in een positief daglicht stelde. Was dat erg? Nee, niet erg. Wel vreemd. Zeker gezien de vele reclamefestivals in het buitenland. En omdat het reclamevak iets is waar we best trots op mogen zijn. Reden voor de Bond van Adverteerders (BVA) en de Vereniging van Communicatieadviesbureaus (VEA) om een 24-uurs reclamefestival in het leven te roepen. Vorig jaar was de eerste editie. En dit jaar, wegens groot succes, is er de tweede 24 uur van de Reclame.

I LIKE IDEAS

Creativiteit. Dat is de motor van het vak. Elke effectieve en succesvolle campagne vindt zijn basis in een goed creatief idee. Dat blijft altijd toegevoegde waarde houden en ons verbinden met de doelgroep. En of het nu een commercial, een online platform of een dialoog is, goede ideeën brengen mensen in beweging. Daar gaat deze tweede 24 uur van de Reclame over. Vandaar het thema: I LIKE IDEAS. In dit boekje kun je lezen wat er allemaal op het programma staat. Van het Talentprogramma tot het internationale AdCongres. Van de uitreiking van de EffieAwards tot Cannes Lions Amsterdam.

Jan Driessen
Voorzitter BVA

Ralph Wisbrun
Voorzitter VEA



TALENTPROGRAMMA

08.00 – 09.00 uur
Talent Reclameontbijt
ESCAPE

09.00 – 12.00 uur
Talentprogramma
ESCAPE

13.00 – 15.00 uur
Uitreiking Young Inter-
active Talent Award
TUSCHINSKI

We starten de dag met het groot Talent Reclameontbijt. Met verse koffie en lekkere broodjes voor studenten en docenten van diverse hogescholen en universiteiten. Aansluitend laten BVA en VEA in het Talentprogramma zien hoe leuk het is om in de communicatiebranche te werken. In duopresentaties onthullen voor-
aanstaande vertegenwoordigers van bureau en klant de geheimen van het reclamevak. En ze laten cases uit de praktijk zien vanuit het perspectief van media, the big idea, online en strategie. Vorig jaar namen meer dan 500 talenten deel aan het Talentprogramma. Dit jaar hopen we dat aantal te evenaren of, liever nog, te overtreffen. Komt allen! Rond lunchtijd is er voor een beperkt aantal genodigden in Tuschinski de mogelijkheid om de uitreiking van de Young Interactive Talent Award bij te wonen.

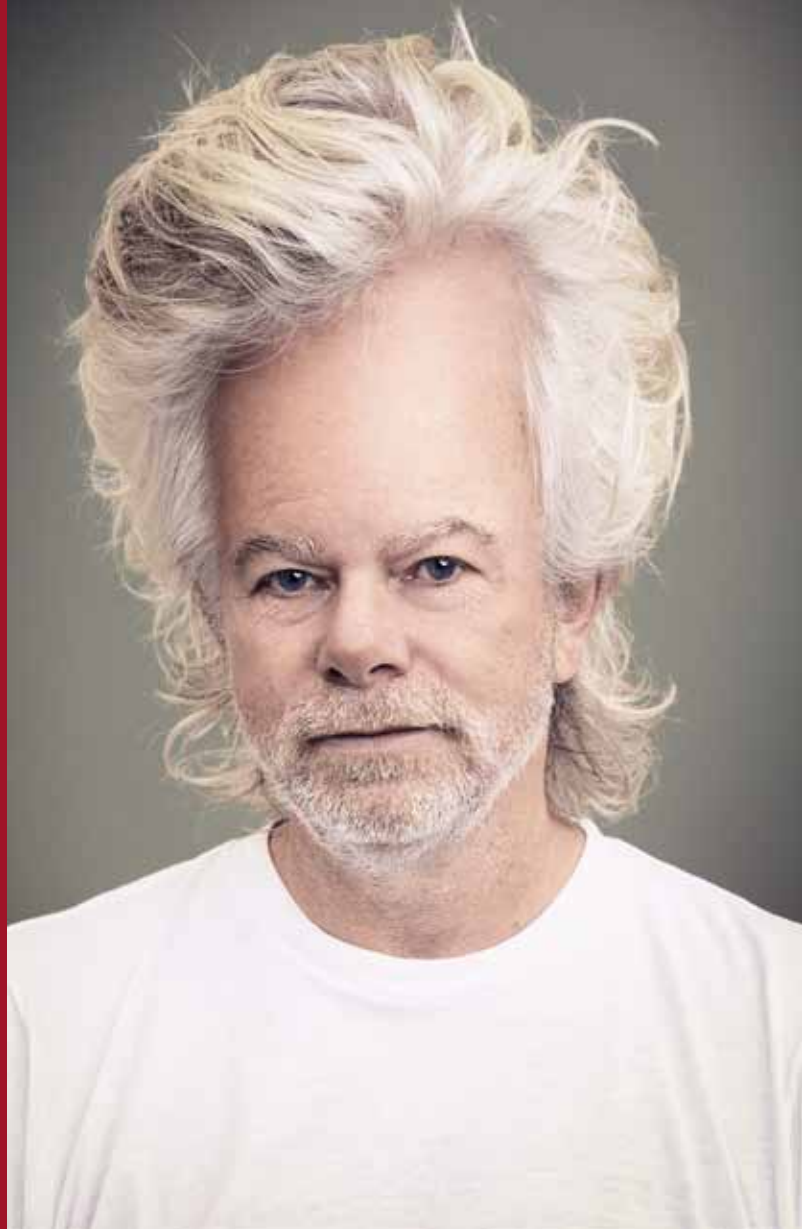
Prijs: gratis

CANNES LIONS PRINTTENTOONSTELLING

09.00 – 18.00 uur
Cannes Lions
Printtentoonstelling
REMBRANDTPLEIN

Cannes gemist dit jaar? Maar wil je wel graag zien welk reclamewerk internationaal in de prijzen is gevallen? Kom dan hier het beste werk van Cannes 2011 bekijken. Een waardevolle inspiratiebron voor iedereen die in de reclame werkt of wil werken. Vanaf 10.00 uur zijn er diverse rondleidingen door vooraanstaande creatieven uit het vak. De tentoonstelling is samengesteld uit het beste werk in zes categorieën: Press & Outdoor Lions, Media Lions, Direct Lions, Promo & Activation Lions, Design Lions en PR Lions. Een unieke gelegenheid om zo veel briljant werk bij elkaar verzameld te zien.

Prijs: gratis



EFFIE LAYAR EXPERIENCE

09.00 – 21.00 uur
Effie Layar
Experience
REMBRANDTPLEIN

Een mobiele ontdekkingsreis langs de meest effectieve campagnes van het afgelopen jaar. Midden op het Rembrandtplein is een overzichtstentoonstelling ingericht van alle genomineerde cases voor de Effie. Die kun je hier niet alleen bekijken, maar met behulp van een Layar web app kom je ook veel meer te weten van alle Effie cases 2011. Dus houd je smartphone bij de hand!

Prijs: gratis

ADCONGRES

15.30 – 17.00 uur
AdCongres
ESCAPE

17.00 – 18.00 uur
Drinks
ESCAPE

Meesterinterviewer Frénk van der Linden onder-vraagt live Dom Sagolla, (co-)bedenker en oprichter van Twitter. BVA en VEA zijn erin geslaagd om deze social media expert en bestsellerauteur exclusief voor De 24 uur van de Reclame naar Nederland te halen.

Dom Sagolla zal ingaan op de vraag hoe een spontaan idee van een groep enthousiaste en getalenteerde technologiestudenten in korte tijd zo'n enorme impact op de wereld heeft gekregen. Denk aan de rol van Twitter en social media bij de succesvolle verkiezingscampagne van Barack Obama in 2008 en tijdens de Arabische revolutie. Daarnaast gaat hij met een panel van reclame-experts en het publiek in discussie over hoe we Twitter kunnen inzetten om connecties te onderhouden met de media-wijze consument. En over de vele uitdagingen die onze transparante en interactieve wereld biedt.

Prijs (excl. btw 19%): 300 euro, BVA/VEA-leden: 150 euro, Jonge Honden: 100 euro.



UITREIKING EFFIEAWARDS 2011

18.00 – 19.30 uur
Uitreiking
EffieAwards
ESCAPE

19.30 – 21.30 uur
Afterparty
EffieAwards incl.
walking dinner
ESCAPE

Maanden is ernaar toegeleefd, 12 oktober 's avonds is het eindelijk zover: de uitreiking van de Effies. De meest prestigieuze reclameprijs voor bewezen effectiviteit. Het belooft spannend te blijven tot het laatste moment. Alle inzenders horen pas tijdens de uitreiking of ze gewonnen hebben. Voorzitter van de Effie Jury is voormalig staatssecretaris van Economische Zaken, Frank Heemskerk. De presentatie is in handen van RTL-coryfee Sandra Schuurhof. En na afloop is er alle tijd om na te praten tijdens de Effie Afterparty met bijbehorend drankje en walking dinner.

Prijs (excl. btw 19%): 500 euro, BVA/VEA-leden: 250 euro, Jonge Honden: 100 euro.



CANNES LIONS AMSTERDAM

21.30 – 23.30 uur
Cannes Lions
Amsterdam
TUSCHINSKI

Al het bekroonde werk van Cannes 2011 verzameld in één voorstelling. Twee uur kijken en je bent weer helemaal bij. Speciaal voor iedereen die niet in Cannes was of die alles graag nog eens terug wil zien. En aansluitend, net als in Cannes, een borrel.

23.30 – 23.59 uur
Borrel
TUSCHINSKI

Prijs (excl. btw 19%): 100 euro, BVA/VEA-leden: 50 euro, Jonge Honden: 40 euro.

SNEAKPREVIEW THE NIGHT OF THE ADEATERS

23.59 – 08.00 uur
Sneakpreview The
Night of the AdEaters
TUSCHINSKI

En dan is het tijd voor een feestje. Een niet te missen afterparty ter afsluiting van een dag vol ideeën. En wie er echt geen genoeg van kan krijgen, kan de hele nacht doorhalen met 324 commercials uit meer dan 50 verschillende landen. In Tuschinski draait de speelfilm The Night of the AdEaters (La Nuit des Publivores) van Jean Marie Boursicot. Een ware cult-hit, die je met 's werelds beste commercials vijf uur lang blijft boeien. De showreel wordt ondersteund met dj's en live acts!

Prijs: Gratis toegankelijk voor iedereen met een kaartje voor een van de evenementen van De 24 uur van de Reclame.



PROGRAMMAOVERZICHT

08.00 – 09.00 uur	Talent Reclameontbijt	Escape
09.00 – 12.00 uur	Talentprogramma	Escape
09.00 – 18.00 uur	Printtentoonstelling Cannes Lions	Rembrandtplein
09.00 – 21.00 uur	Effie Layar Experience	Rembrandtplein
12.00 – 14.00 uur	Media Lunch (alleen op uitnodiging)	Rembrandtplein
13.00 – 15.00 uur	Uitreiking Young Interactive Talent Award	Tuschinski
15.30 – 17.00 uur	AdCongres	Escape
17.00 – 18.00 uur	Drinks	Escape
18.00 – 19.30 uur	Uitreiking EffieAwards	Escape
19.30 – 21.30 uur	Afterparty EffieAwards incl. walking dinner	Escape
21.30 – 23.30 uur	Cannes Lions Amsterdam	Tuschinski
23.30 – 23.59 uur	Borrel	Tuschinski
23.59 – 08.00 uur	Sneakpreview The Night of the AdEaters	Tuschinski

Ziggo wenst iedereen een inspirerende dag bij **De** 24 uur van de Reclame

De dag waarop jong talent, goede ideeën en inspirerende campagnes centraal staan.

We zijn er dan ook trots op om sponsor te zijn van 'De 24 uur van de Reclame'.



THIS STORY STARTS ON ONE SCREEN.

Microsoft

/// //////////////////////////////////////
This story is big—bigger than just one device alone. This story wants a rich expression on the web. It wants to tell another chapter through mobile. And then keep things going through

TV and Xbox LIVE. At Microsoft Advertising, we're helping brands take their stories forward across all screens. Come see that there's more to your story at advertising.microsoft.com/multi-screen.

Het idee is dat het bij ons niet om geld alleen draait.

Bij de Rabobank zien we geld als een middel. Een middel dat de ambities van onze klanten kan verwezenlijken. Of het nu gaat om een hypotheek voor een eigen woning, een spaarrekening als appeltje voor de dorst of een ontwikkelingsproject voor vermogenden die willen investeren in een goed doel; de klant staat bij ons centraal. En we verliezen daarbij de gevolgen voor het milieu en de maatschappij niet uit het oog. Sterker nog, maatschappelijk verantwoord ondernemen is de toetssteen voor al ons doen en laten. Niet voor niets behoren we al jarenlang tot de wereldtop van meest duurzame banken. Want bij de Rabobank zien we geld als middel, niet als doel. Dat is de gedachte. Dat is het idee.

Samen werken aan een duurzame toekomst.

Rabobank. Een bank met ideeën.

/// //////////////////////////////////////
AS TOLD BY

 Microsoft Advertising

www.rabobank.com/mvo



De 24 uur van de Reclame is een initiatief van de Bond van Adverteerders (BVA) en de Vereniging van Communicatieadviesbureaus (VEA). Het festival wordt mede mogelijk gemaakt door:



en door 51 North, Boomerang Media, The Colour Kitchen, Creative Colors, Impress, Telegraaf Media Groep, Graficiënt Printmedia, Sanoma Media, Pathé Tuschinski en Worldpack Trading.

BESTEL JE KAARTEN VIA WWW.24RECLAME.NL