

Brief Aberto NOS 2026

O **Clube da Criatividade de Portugal** (CCP), em parceria com a **NOS**, lança um briefing aberto a todos os jovens profissionais do país, que tenham entre 18 (dezoito) e 30 (trinta) anos. Este é um concurso que pretende dar visibilidade a novos talentos na área da criatividade, **desafiando os jovens a desenvolver uma proposta de ideia para a Campanha de Natal da NOS**.

CONTEXTO

O Natal é um dos momentos altos da publicidade em vários setores e geografias. Nos Estados Unidos rivaliza com a final da SuperBowl, mas em Portugal, é o momento mais esperado. Há uma expectativa sobre as campanhas de Natal das empresas de vários setores e as telecomunicações são um deles.

Por isso, apesar de a NOS lançar várias campanhas ao longo do ano, é no Natal que tem mais olhos postos em si e em que o desafio é maior.

AUDIÊNCIA

Após um ano em que a NOS mostrou que talvez não seja assim tão verdade quando ouvimos "eu não ligo nada ao Natal", a marca não pode abandonar os mais céticos, mas quer manter consigo os **Natal Lovers**.

Os que montam a árvore em setembro e só a desmontam na Páscoa e os que resmungam todo o mês de dezembro (pelo menos até comerem a primeira rabanada).

DESAFIO

O Natal das marcas mudou.

- Aquele que era um momento de surpresa e gerador de curiosidade publicitária (também nas telecomunicações) passou a ser um momento de enorme expectativa e tensão - em que o risco de desilusão está sempre presente.
- Aquele que era um momento de destaque no calendário das marcas passou a ser mais um dos grandes momentos, que, ainda por cima, vem a seguir a uma Black Friday cada vez mais longa e mais musculada.
- Aquele que era um momento tradicional de algumas marcas de alguns setores passou a ser um momento disputado por cada vez mais anunciantes.

Se, durante o ano, a NOS segue uma linha de comunicação que lhe permite contar várias histórias e entregar várias mensagens debaixo do mesma *umbrella*, no Natal tem um desafio duplo: **garantir a diferenciação e o impacto esperados para este momento e, simultaneamente, assegurar a correta atribuição à marca para que possa recolher os devidos créditos.**

Como pode a NOS garantir que se destaca neste momento, sendo reconhecida pelo que a caracteriza - ligar tudo a todos - no momento do ano de maior conexão?

MARCA

A NOS ocupa um espaço natural e central no dia a dia das pessoas, como catalisador de experiências e emoções. Tem como propósito **dar mais vida à vida, expandindo todas as ligações possíveis e imaginárias.** De uma forma descontraída e bem-humorada, a NOS liga as pessoas entre si, ao mundo e também às suas paixões.

INSIGHT

O Natal é quando (e sobretudo como) cada pessoa quer.

MENSAGEM CHAVE

A NOS liga tudo a que ligas. Liga-te ao teu Natal.

PROCEDIMENTO DE CANDIDATURA:

1. Preenchimento e submissão do [formulário ficha de inscrição](#) e [declaração](#) assinada.
Após inscrição do formulário será atribuído pela organização um ID (número de identificação), que deverá ser utilizado para identificar a proposta a concurso (a identificação do/s autor/es não pode constar diretamente nas propostas).
Caso não receba o ID até 48h após submetida a inscrição por favor enviar email para briefabertoccp@clubedacriatividade.pt
2. A proposta deve ser [submetida em PDF formulário](#) do desafio.

TRABALHO A APRESENTAR

A proposta deve ser apresentada de acordo com o regulamento e o briefing lançado:

1. Apresentação da proposta e racional criativo em PDF. Na tua proposta deverás desenvolver a campanha de Natal da NOS

Mandatários:

- Uma campanha não é um filme para TV, procuramos uma grande ideia, que possa ser transversal e aplicável a vários formatos.
- Não se pode falar do Natal escondendo o espírito natalício que é essencial nesta época. Mas não é só isso; afinal, a NOS não será a única a ter uma campanha de Natal.

Poderás escolher o formato de ideia que entenderes que melhor resolve o briefing.

O júri escolherá a melhor ideia para resolver o problema do briefing.

2. Submissão da proposta em ficheiro PDF de alta resolução até 200Mb no formulário identificado com o ID (número de identificação) atribuído pela organização após preenchimento do formulário ficha de inscrição
3. A identificação do/s autor/es não pode constar diretamente nas propostas. Utilizar ID (número de identificação) atribuído pelo CCP para identificação da proposta.

LINKS DE APOIO:

- www.nos.pt
- www.facebook.com/nosportugal/
- www.instagram.com/nosportugal
- www.youtube.com/NOSPortugal
- www.tiktok.com/@nosportugal

NORMAS DE UTILIZAÇÃO DO LOGÓTIPO:

Para a criação da proposta, deve utilizar-se o logótipo da marca NOS conforme [manual de normas](#).

REGULAMENTO E ENTREGA DO TRABALHO:

Ao apresentares uma candidatura estás a aceitar o [Regulamento](#).

DICAS PARA O SUCESSO DA TUA CANDIDATURA:

[Como preparar uma inscrição](#)

[Tutor pack](#)

Boa sorte!