

SEM MEDOS

XXI FESTIVAL

REGULAMENTO



CLUBE DE CRIATIVOS
DE PORTUGAL

SEMANA CRIATIVA DE LISBOA

O FESTIVAL DO CCP	04
PRÉMIOS ADCE	05
DATAS IMPORTANTES	06
CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO	08
JÚRI	11
VOTAÇÃO	13
PRÉMIOS	16
PROCESSO DE INSCRIÇÃO	23
CATEGORIAS	27
REGRAS DE INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS	46

O FESTIVAL DE CRIATIVIDADE DO CCP É RECONHECIDO COMO O MAIS ABRANGENTE E PRESTIGIADO EVENTO DO SETOR. ORGANIZAÇÃO SEM FINS LUCRATIVOS, PROMOVE A EXCELÊNCIA CRIATIVA DA COMUNICAÇÃO COMERCIAL NACIONAL NAS CATEGORIAS DE PUBLICIDADE, DESIGN, DIGITAL E SOCIAL, EXPERIÊNCIAS DE MARCA, CRAFT E INTEGRAÇÃO & INOVAÇÃO.

O CCP É MEMBRO DO ART DIRECTORS CLUB OF EUROPE, O QUE GARANTE QUE TODOS OS TRABALHOS PREMIADOS NO CCP POSSAM CONCORRER AOS ADC*E AWARDS [HTTP://WWW.ADCEUROPE.ORG](http://www.adceurope.org) OS TRABALHOS PREMIADOS COM OURO FICAM ISENTOS DE INSCRIÇÃO, ENQUANTO QUE OS TRABALHOS PREMIADOS COM PRATA E BRONZE PODEM PARTICIPAR MEDIANTE O PAGAMENTO DE UMA INSCRIÇÃO COM DESCONTO. CABE AOS PREMIADOS A REALIZAÇÃO DAS SUAS INSCRIÇÕES E O ENVIO DO MATERIAL. ESTA É UMA OPORTUNIDADE PARA OS PROJETOS NACIONAIS SEREM AVALIADOS POR UM JÚRI INTERNACIONAL.

INSCRIÇÕES

5 MARÇO A 5 ABRIL
2019

VOTAÇÕES ONLINE
26 ABRIL— 2 MAIO
2019

VOTAÇÕES PRESENCIAIS
8—10 MAIO
2019

GALA ENTREGA DE PRÉMIOS
18 MAIO
2019

CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO

1. ABRANGÊNCIA
2. NATUREZA COMERCIAL
3. VEICULAÇÃO
4. VERDADE, PROPRIEDADE E AUTORIZAÇÃO
5. INSCRIÇÕES E IMPEDIMENTOS EM VOTAÇÃO PARA ATRIBUIÇÃO DE GRANDE PRÉMIO

1. ABRANGÊNCIA

O Festival é aberto a todos os envolvidos nos processos de comunicação comercial em Portugal: agências de comunicação, profissionais de comunicação independentes, agências de meios, produtoras, marcas comerciais, incluindo agências e departamentos de comunicação in-house e marcas sem fins lucrativos. Não podem concorrer empresas não registadas em Portugal. As agências in-house devem inscrever os seus trabalhos com um número distinto do número de contribuinte da entidade anunciante.

2. NATUREZA COMERCIAL

Todo o material inscrito deve resultar de uma normal relação contratual e/ou comercial entre uma entidade anunciante e agências de comunicação, profissionais de comunicação independentes, agências de meios, produtoras e agências/departamentos de comunicação in-house, exceto no caso de campanhas pro-bono/causas sociais ou de autopromoção.

Os trabalhos para autopromoção, causas sociais e bem público têm regras específicas:

- São avaliados e premiados, mas não contam para a pontuação do Grande Prémio;
- Devem apenas ser inscritos nas categorias adequadas sob pena de desclassificação.

Dentro da categoria Causas Sociais, consideramos que:

- Um trabalho de Causa Social/Pro bono define-se como um projeto voluntário por iniciativa de agência ou anunciante realizado sem ter existido uma troca comercial entre as partes, e/ ou qualquer projeto cujos fins não sejam lucrativos. Todos os trabalhos inscritos em Causas Sociais não podem ser inscritos noutras categorias. Caso a organização e o Júri determine que um trabalho inscrito seja do âmbito de uma Causa Social, têm o direito de transferir o trabalho para esta categoria, dando o conhecimento e solicitando a autorização da entidade que realizou a inscrição.
- Um trabalho de responsabilidade social corporativa define-se como um projeto para uma marca comercial que reflete as suas preocupações sociais. Este pode ou não ser consequência de uma troca comercial entre o anunciante e a agência responsável pelo trabalho. Não se incluem campanhas de marca com mensagens sociais ou de propósito, mas sim campanhas feitas diretamente para uma causa ou projeto de RSC apoiados por uma marca.
- Uma campanha de Autopromoção é qualquer iniciativa inscrita e que tenha sido realizada com o objetivo de promover a própria empresa de comunicação que a inscreve, e na qual o nome da empresa apareça como protagonista.

3. VEICULAÇÃO

O material inscrito deve ter sido veiculado entre 25 de abril de 2018 e 25 de abril de 2019 e não deve ter sido inscrito em edições anteriores do Festival. Poderá ter sido veiculado com data anterior desde que nunca inscrito em edições anteriores do Festival, tendo em conta um prazo anterior máximo de 1 ano.

4. VERDADE, PROPRIEDADE E AUTORIZAÇÃO

A todas as peças premiadas poderão ser solicitadas pela organização ou pelo júri um comprovativo da sua veiculação emitido pelo meio ou pelo anunciante. A organização e o júri reserva-se o direito de sugerir a transição de um trabalho para outra categoria, dando o conhecimento e solicitando a autorização da entidade que realizou a inscrição. Após o início do processo de votação nenhuma peça poderá ser retirada do festival e nenhuma inscrição pode ser cancelada pelos concorrentes, sob qualquer pretexto. O material e a documentação apresentada serão propriedade do Festival. Os participantes autorizam a exibição pública ou privada das peças apresentadas, bem como a edição, compilação e venda como parte do conteúdo do Festival. Nenhum trabalho poderá ser inscrito sem a prévia autorização do anunciante ou proprietário dos direitos da peça, cabendo ao CCP o direito de, em qualquer momento, solicitar essa autorização. Para proteger a integridade do júri, as apresentações dos trabalhos enviados não poderão exibir logótipo, nome da agência ou profissional que os criou. As inscrições dos trabalhos de autopromoção são obviamente uma exceção. As empresas que não cumprirem o presente regulamento poderão ser eliminadas do Festival e privadas dos respetivos prémios. O valor das suas inscrições não serão restituídas.

5. INSCRIÇÕES E IMPEDIMENTOS EM VOTAÇÃO PARA ATRIBUIÇÃO DE GRANDE PRÉMIO

As inscrições deverão ser feitas pelas agências e não por grupos nacionais ou internacionais que englobem diferentes empresas independentes ao nível da carteira de clientes e/ou das direções criativa e comercial. O pagamento das inscrições poderá ser feito por uma mesma entidade para diferentes agências, mas a inscrição deverá ser feita em nome da empresa que criou a peça inscrita. Esta regra serve para respeitar a verdade criativa no processo de atribuição de um grande prémio global ou por categoria a uma agência.

JÚRI

1. JÚRI DO XXI FESTIVAL CCP

JÚRI DO XXI FESTIVAL CCP

Os júris serão constituídos por profissionais do mercado convidados pela organização com base nos seguintes critérios:

- Não ter sido jurado nos últimos 2 anos;
- Não existir mais que um membro de cada agência em cada júri;
- Não pode haver mais de 2 membros de cada agência em todas as categorias;
- Devem estar representadas pelo menos 3 agências premiadas no ano anterior e 3 agências não premiadas.

Ponderação da Classificação do Ranking CCP Agências 2018;

Ponderação da Classificação Ranking CCP Criativos 2018;

Preferência para a existência de um jovem criativo em cada júri.

Cada júri tem 1 Presidente, 7 elementos profissionais e 1 cliente.

JÚRIS DO FESTIVAL CCP

1. PUBLICIDADE
2. DESIGN
3. DIGITAL E SOCIAL
4. EXPERIÊNCIAS DE MARCA
5. CRAFT
6. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

[Presidentes de Júri e 2 representantes do CCP, sendo que um deles preside a Categoria]

7. JÚRI JORNALISTAS

[Atribui o Grande Prémio dos Jornalistas]

NOTA:

Os grupos de Júri serão publicados no site www.clubecriativos.com

VOTAÇÃO

1. PROCESSO DE VOTAÇÃO

O JÚRI É SOBERANO NAS SUAS DECISÕES, CABENDO AO PRESIDENTE DO JÚRI ESTABELEECER OS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E VOTAR APENAS EM CASO DE EMPATE. A ORGANIZAÇÃO NÃO INTERFERIRÁ DE FORMA ALGUMA NOS TRABALHOS DO JÚRI A NÃO SER PARA ESCLARECER ASPETOS RESPEITANTES AO REGULAMENTO E NENHUM MEMBRO DA DIREÇÃO DO CCP PODERÁ FAZER PARTE DO JÚRI. TODAS AS VOTAÇÕES SÃO ANALISADAS PELA EMPRESA DE AUDITORES BDO.

1º FASE

— Votação para shortlist.

Esta votação será online e individual de cada membro do júri. Dela, resultará uma Shortlist, que será fechada presencialmente.

Os presidentes só votam nos trabalhos da Categoria Integração e Inovação.

Os presidentes de júri de cada categoria aprovam as votações dos seus grupos de júri.

2º FASE

— Votação para Prémio.

As peças que passaram a Shortlist serão reapreciadas presencialmente para que o júri em conjunto vote e decida os prémios a atribuir, nomeadamente Ouro, Prata e Bronze.

OBSERVAÇÕES

— Nenhuma inscrição adicional pode ser realizada durante o processo de votação, sob qualquer pretexto.

— Em nenhum ponto da votação um membro do júri poderá votar nas peças produzidas pela sua própria agência, por si próprio noutra agência, onde em peças onde tenha trabalhado direta ou indiretamente. No ato de votação será solicitado que os elementos envolvidos no trabalho em avaliação se ausentem da sala. Esta regra é também válida para clientes presentes no júri, no caso da votação decorrer sobre trabalhos da marca que representam.

PRÉMIOS

1. PRÉMIOS /
PONTUAÇÃO
2. GRANDE PRÉMIO
CCP
3. GRANDE PRÉMIO
PARA O BEM
4. GRANDE PRÉMIO
DOS JORNALISTAS
5. MELHOR AGÊNCIA
E ANUNCIANTE
DO ANO

6. MELHOR PRODUTORA DE SOM E IMAGEM DO ANO
7. MELHORES POR CATEGORIA
8. RANKINGS ANUAIS CCP

1. PRÉMIOS/ PONTUAÇÃO

PRÉMIOS

Os prêmios a atribuir serão Grande Prémio, Ouro, Prata, Bronze e Shortlist, podendo o júri não atribuir qualquer troféu se considerar que as peças inscritas não cumprem os padrões de avaliação. Para cada subcategoria, será atribuído apenas um máximo de: 1 prémio Ouro, 2 prêmios Prata e 3 Prêmios Bronze, podendo ser atribuído a vários trabalhos a distinção de Shortlist. Os prêmios de Agência do Ano Global, Agência do Ano por Categoria e Anunciante do Ano por categorias, produtora de imagem e produtora de som, serão atribuídos aos participantes que tenham obtido maior número de pontos segundo a tabela de pontuação.

TABELA DE PONTUAÇÃO

GRANDE PRÉMIO
[31 PONTOS]

OURO
[15 PONTOS]

PRATA
[7 PONTOS]

BRONZE
[3 PONTOS]

SHORTLIST
[1 PONTO]

Serão considerados, no máximo, 10 pontos por Agência.

NOTAS SOBRE PONTUAÇÃO

1. Os pontos obtidos com trabalhos de Autopromoção, de Causas Sociais e Bem Público não serão contabilizados para a eleições de Anunciante do Ano e de Agência do Ano Global/ Categoria. Entende-se por Autopromoção todos os trabalhos realizados para a própria empresa ou para empresas do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria.
2. A eleição de produtora de som do ano e produtora de imagem do ano, será a atribuir apenas a empresas cuja atividade seja correspondente. Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou outra empresa cuja atividade não seja a de som e imagem, deverá ser eleita a empresa se som e de imagem de maior pontuação seguinte.
3. O Grande Prémio para o Bem é votado por todos os júris a partir de todos os trabalhos premiados com Ouro em todas as categorias de Causas Sociais.
4. O Grande Prémio dos Jornalistas é um prémio especial atribuído por um júri de jornalistas, e não será contabilizado para as eleições de anunciante do ano e de Agência do ano Global/Categoria.
5. As Produtoras não pontuam as Agências e vice versa.

2. GRANDE PRÉMIO CCP

O Grande Prémio será eleito de entre todos os trabalhos premiados com Ouro em todas as categorias. Para esta votação reúnem-se e votam todos os júris. O resultado desta votação só será revelado no dia da Cerimónia de entrega dos Prémios. Se um mesmo trabalho tiver obtido Ouro em diversas categorias, apenas um dos Ouros é candidato ao Grande Prémio [representando todos os Ouros obtidos nas diversas categorias]. A decisão da escolha do Ouro para representar o trabalho é tomada pelos presidentes do júri no ato da votação. Esta regra serve para evitar dispersão de votos e com isso evitar que um projeto possa acabar por ser prejudicado. As peças inscritas nas Categorias de Causas Sociais/Bem Público e Autopromoção não poderão participar na eleição do Grande Prémio, nem pontuam para a eleição de Agência do Ano Global e por Categoria, nem para Anunciante do Ano.

3. GRANDE PRÉMIO PARA O BEM

As peças premiadas com Ouro nas Categorias de Causas Sociais e Bem Público são elegíveis para o Grande Prémio para o Bem, um prémio especial que vai distinguir o melhor contributo da indústria portuguesa da comunicação em prol do bem público, social, ambiental ou humanitário e com impacto relevante na sociedade. Este grande prémio não pontua para a eleição da Agência Global do Ano, por Categoria, ou para o Anunciante do Ano. Os trabalhos inscritos na categoria Causas Sociais e Bem Público, não podem ser inscritos nas outras categorias do Festival.

4. GRANDE PRÉMIO DOS JORNALISTAS

O Grande Prémio será eleito de entre todos os trabalhos premiados com Ouro em todas as categorias, inclusive Causas Sociais e Bem Público. Este grande prémio não pontua para a eleição da Agência Global do Ano, por Categoria, ou para o Anunciante do Ano.

5. MELHOR AGÊNCIA E ANUNCIANTE DO ANO

MELHOR AGÊNCIA DO ANO

Pontuação máxima atribuída a uma agência em todas as categorias não inclui Causas Sociais e Bem Público.

MELHOR ANUNCIANTE DO ANO

Pontuação máxima atribuída a um anunciante em todas as categorias não inclui Causas Sociais e Bem Público.

6. MELHOR PRODUTORA DE SOM E IMAGEM DO ANO

MELHOR PRODUTORA IMAGEM

Pontuação máxima atribuída a uma produtora de imagem na categoria de Craft, não inclui Causas Sociais e Bem Público.

MELHOR PRODUTORA SOM

Pontuação máxima atribuída a uma produtora de som na categoria de Craft, não inclui Causas Sociais e Bem Público

7. MELHORES POR CATEGORIA

MELHOR AGÊNCIA PUBLICIDADE

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Publicidade. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE PUBLICIDADE

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Publicidade. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA DESIGN / ATELIER DESIGN

Pontuação máxima atribuída a uma agência/atelier na categoria Design. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE DESIGN

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Design. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA DIGITAL E SOCIAL

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Digital e Social. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE DIGITAL E SOCIAL

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Digital e Social. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA EXPERIÊNCIAS DE MARCA

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Experiências de Marca. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE EXPERIÊNCIAS DE MARCA

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Experiências de Marca. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA DE MEIOS

Pontuação máxima atribuída a uma agência de Meios nas categorias Publicidade, Digital e Social e Integração e Inovação. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE DE MEIOS

Pontuação máxima atribuída a um anunciante de trabalhos inscritos pela agência de Meios nas categorias Publicidade, Digital e Social e Integração e Inovação. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Integração e Inovação. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Integração e Inovação. Não inclui Causas Sociais.

8. RANKINGS ANUAIS CCP

É de grande importância preencher todos os campos com os responsáveis das várias áreas que executaram os trabalhos que inscrevem, uma vez que irão pontuar para o Ranking da Criatividade CCP 2019.

CAMPOS PARA AS AGÊNCIAS

- Diretor Criativo
- Diretor Arte
- Designer
- Ilustrador
- Redator
- Programador
- Estratega
- Diretor Contas
- Executivo Contas
- Arte Finalista
- Produtor

CAMPOS PARA PRODUTORAS

- Sound Designer
- Fotógrafo
- Realizador
- Editor
- Diretor de fotografia

PROCESSO DE INSCRIÇÃO

1. INSCRIÇÃO ONLINE
2. VALOR INSCRIÇÕES E PAGAMENTO
3. DESCONTOS

O PROCESSO DE INSCRIÇÃO
É COMPOSTO POR 3 FASES:

1. INSCRIÇÃO ONLINE

2. PAGAMENTO POR
TRANSFERÊNCIA

3. ENVIO DE MATERIAIS FÍSICOS,
SEMPRE QUE ESTES SEJAM
CONSIDERADOS UMA MAIS VALIA
PARA A AVALIAÇÃO DO TRABALHO.

AS INSCRIÇÕES SÓ SERÃO
CONSIDERADAS COMPLETAS
APÓS PAGAMENTO E ENVIO
DE COMPROVATIVO DE
TRANSFERÊNCIA PARA O EMAIL:
FESTIVALCCP2019@CLUBECRIATIVOS.COM

AS INSCRIÇÕES SÓ SERÃO
CONSIDERADAS COMPLETAS
NO MOMENTO EM QUE
ESTIVEREM VALIDADAS NA
PLATAFORMA ONLINE.
SÓ NO CASO DE EXISTIR
ALGUMA IRREGULARIDADE
É QUE A AGÊNCIA SERÁ
CONTACTADA DURANTE
O PROCESSO DE INSCRIÇÃO.

1. INSCRIÇÃO ONLINE

Registe-se em <https://clubecriativos.com/festival/login> introduzindo o nome, email e dados da entidade que representa na área INSCRIÇÕES.

IMPORTANTE:

- Deverá ser efetuado um novo registo por cada ano de inscrição.
- Dentro da área de inscrições encontrará, para além do regulamento, os formulários e fichas necessários para a inscrição online.
- Depois de realizado o login utilize os formulários de inscrição seguindo as instruções.
- As inscrições podem ser abertas e mantidas abertas até que a ordem de encerramento de inscrição seja ativada pelo utilizador.
- Após este encerramento a plataforma confirma que as inscrições estão concluídas.

Em caso de dúvidas durante o processo de inscrição envie um e-mail para: festivalccp2019@clubecriativos.com ou contacte a linha de apoio tlm [+351 915 195 910](tel:+351915195910)

2. VALOR DAS INSCRIÇÕES E PAGAMENTO

VALOR DAS INSCRIÇÕES

PEÇAS INDIVIDUAIS

180 EUROS

CATEGORIA CAMPANHA

500 EUROS

PROJETO INTEGRADO

650 EUROS

Ao valor das inscrições será acrescida a taxa de IVA em vigor.

NOTA: As inscrições são validadas apenas após o seu pagamento.

FORMA DE PAGAMENTO

O pagamento pode ser efetuado por transferência bancária para:
CLUBE DE CRIATIVOS
DE PORTUGAL Millennium BCP
IBAN PT50.

0033.0000.45206701106.05

Ou por MBWAY para o número de telemóvel:
916 446 919

O comprovativo da transferência deverá ser enviado para o email:
festivalccp2019clubecriativos.com

NOTA: As inscrições são válidas apenas após confirmação do seu pagamento.

3. DESCONTOS

DESCONTO QUANTIDADE

Todas as entidades que inscrevam mais de 50 peças terão um desconto de 5% sobre o valor total das inscrições.

DESCONTO SÓCIOS

Todas as entidades sócias do CCP terão um desconto de 5% sobre o valor total das inscrições. Este desconto poderá ser cumulativo com o desconto por quantidade. Todas as entidades INDIE sócias do CCP terão um desconto de 2,5% sobre o valor total das inscrições. Este desconto poderá ser cumulativo com o desconto por quantidade.

DESCONTO INDIES

Todas as inscrições realizadas por profissionais independentes ou microempresas [até 5 colaboradores] terão um desconto de 50% sobre o valor total das inscrições. Para obter este desconto deverá ser enviado para o email festivalccp2019@clubecriativos.com o comprovativo de segurança social com número de trabalhadores inscritos.

AGÊNCIA INDIE

No caso das Agências/Estudios Indie Sócios CCP, aos 50% de Desconto Indies será adicionado o desconto sócio de 2,5%.

OBSERVAÇÕES IMPORTANTES

As inscrições deverão ser feitas pelas agências ou profissionais independentes e não por grupos.

CATEGORIAS FESTIVAL CCP

1. PUBLICIDADE
2. DESIGN
3. DIGITAL E SOCIAL
4. EXPERIÊNCIAS
DE MARCA
5. CRAFT
6. INTEGRAÇÃO
E INOVAÇÃO

1. PUBLICIDADE

1. PUBLICIDADE

- A.FILME**
- B.RÁDIO**
- C.IMPRENSA**
- D.OUTDOOR**
- E.UTILIZAÇÃO DE MEDIA**
- F.CAUSAS SOCIAIS
E BEM PÚBLICO**
- G.AUTOPROMOÇÃO**

Nota: As Agências de Meios devem inscrever os seus trabalhos nas seguintes subcategorias:

—A4, B3, C3: conteúdos de marca

—D5: instalação outdoor

—E: utilização de media

Podem inscrever os seus trabalhos nas restantes categorias, desde que provem ser os autores da ideia.

1. PUBLICIDADE

A. FILME

Destinado a filmes publicitários de Televisão, Cinema, Internet, Social Media, Mobile, etc.

A1. Filme até 30"

A2. Filme com mais de 30"

A3. Campanha

[3 ou mais execuções]

A4. Conteúdo de Marca

[séries, documentários, web séries, conteúdos mobile em vídeo produzidos para uma marca]

B. RÁDIO

Destinado a formatos áudio em rádio, incluindo plataformas digitais.

B1. Spot de Rádio

B2. Campanha de Rádio

[3 ou mais execuções]

B3. Conteúdo de marca áudio

[live copies ou outros formatos]

C. IMPRENSA

C1. Anúncio

C2. Campanha

[3 ou mais execuções]

C3. Conteúdo de marca em imprensa

D. OUTDOOR

D1. Outdoor

[4x3, 8x3, mupi e outros formatos tradicionais]

D2. Outdoor/ Poster

[formatos alternativos a 4x3, 8x3, mupi]

D3. Campanha Outdoor

[3 ou mais execuções]

D4. Outdoor Digital

[outdoors que incluem tecnologia digital, integrados ou não com outras plataformas.

D5. Instalação Outdoor

[Peças de publicidade imersiva, incluindo quiosques, mobiliário urbano, experiências ao vivo, pop-ups e outros ambientes públicos construídos para o efeito.]

E. UTILIZAÇÃO DE MEDIA

Esta categoria dedica-se às soluções criativas aplicadas à utilização dos meios e não à criatividade das campanhas. Os meios utilizados podem ser os espaços comerciais existentes, e/ou novos espaços criados para a campanha.

E1. Televisão

E2. Cinema

E3. Filme interativo

E4. Rádio

[incluindo plataformas digitais como o Spotify]

E5. Imprensa

E6. Outdoor

F. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO

F1. Filme

de Responsabilidade social corporativa

F2. Rádio

de Responsabilidade social corporativa

F3. Imprensa

de Responsabilidade social corporativa

F4. Outdoor

de Responsabilidade social corporativa

F5. Filme de Causas

sociais e Serviço público

F6. Rádio de Causas

sociais e Serviço público

F7. Imprensa de Causas

sociais e Serviço público

F8. Outdoor de Causas

sociais e Serviço público

G. AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscrito em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromover. Nesta categoria, incluem-se campanhas de filme, rádio, imprensa e outdoor.

Nota: Produtoras de som e imagem podem inscrever os seus trabalhos em Causas Sociais e Bem Público e em Autopromoção.

2. DESIGN

2. DESIGN

- A. BRANDING**
- B. DESIGN GRÁFICO**
- C. DESIGN EDITORIAL**
- D. PACKAGING**
- E. ILUSTRAÇÃO**
- F. TIPOGRAFIA**
- G. DESIGN DE AMBIENTES**
- H. CRAFT**
- I. CAUSAS SOCIAIS**
- J. AUTOPROMOÇÃO**

Nota:

Os projetos apresentados apenas em desenho [renders] não serão considerados. É obrigatória a apresentação do registo fotográfico dos espaços e equipamentos.

2. DESIGN

A. BRANDING

- A1. Naming
- A2. Logótipo
- A3. Imagem corporativa para pequenas empresas [- de 25 empregados]
- A4. Imagem corporativa para grandes empresas [+ de 25 empregados]
- A5. Rebranding

B. DESIGN GRÁFICO

- B1. Poster
- B2. Peça Pontual

C. DESIGN EDITORIAL

- C1. Publicação Corporativa [Engloba Brochuras, Catálogos e Relatórios & Contas]
- C2. Publicação Periódica [Revistas]
- C3. Livro [engloba capa, paginação e design]
- C4. Capa de Livro ou Revista
- C5. Publicação digital

D. PACKAGING

- D1. Rótulo
- D2. Embalagem

E. ILUSTRAÇÃO

- E1. Ilustração Editorial [Revistas e livros]
- E2. Ilustração de Comunicação [Branding e/ou Campanhas de Marca]
- E3. Infografia

F. TIPOGRAFIA

- F1. Tipografia Completa
- F2. Tipografia Experimental [utilizada para logos, headlines ou outros, sem pretensão de ser uma tipografia completa, feita de raiz ou adaptando tipografias existentes]

G. DESIGN DE AMBIENTES

- G1. Espaço Corporativo para uma marca [Stands, pop-ups, Pontos de venda e Espaços comerciais temporários ou definitivos]
- G2. Instalações de marca [um objeto, um troféu, uma instalação, um elemento da marca num espaço]
- G3. Sinalética [projetos de sinalética]
- G4. Exposição [design de exposições]

H. CRAFT

- H1. Fotografia
- H2. Acabamento e impressão
- H3. Copy

I. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO

- I1. Responsabilidade social corporativa
- I2. Causas sociais e serviço público

J. AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscrito em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromover.

3. DIGITAL E SOCIAL

3. DIGITAL E SOCIAL

- A. DESIGN DIGITAL**
- B. EXPERIÊNCIA DIGITAL**
- C. EXPERIÊNCIA MOBILE**
- D. SOCIAL MEDIA**
- E. CRAFT**
- F. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**
- G. AUTOPROMOÇÃO**

Nota: As Agências de Meios devem inscrever os seus trabalhos nas seguintes sub-categorias:

- B5: Integração de instalações Online e Offline
- B6: Transmedia – Melhor utilização de diferentes plataformas digitais para contar uma ideia.
- C5: melhor utilização de meios mobile
- D: social media

Podem inscrever os seus trabalhos nas restantes categorias, desde que provem ser os autores da ideia.

3. DIGITAL E SOCIAL

A. DESIGN DIGITAL

A1. User interface
A2. Direção de Arte
A3. Storytelling
A4. Rich Media
 [Melhor utilização de publicidade digital com recursos avançados como vídeo, áudio ou outros elementos que incentivam a interagir e se envolver com o conteúdo.]

B. EXPERIÊNCIA DIGITAL

B1. Experiência Digital Corporativa
B2. Experiência Digital em Campanha
 [execução digital numa campanha de comunicação ou publicidade.]
B3. Experiência Editorial
B4. Comércio Eletrónico & Serviços
B5. Integração de instalações Online e Offline
 [Instalações ou equipamentos no mundo físico que conectam com o mundo digital, ex: outdoors interactivos.]
B6. Transmedia
 [Campanha com a melhor utilização de diferentes plataformas digitais para contar uma ideia.]

C. EXPERIÊNCIA MOBILE

C1. Mobile App de Serviços & Utilitária
C2. Mobile App Corporativa & Conteúdos
C3. Site Mobile
C4. Wearables & Connected Devices
 [Equipamento ligado à internet: que permita algum tipo de interactividade.]
C5. Melhor Utilização de Meios Mobile

D. SOCIAL MEDIA

D1. Utilização de influenciadores
 [Melhor utilização de influenciadores, Bloggers, instagramers, youtubers, etc., para a comunicação de produtos ou serviços.]
D2. Envolvimento de comunidades
 [Ações de Social Media que mostrem o envolvimento dos seus fans / seguidores.]
D3. Melhor Ação em Tempo Real
 [Melhor aproveitamento de uma oportunidade de comunicação num curto espaço de tempo, de um evento ou acontecimento mediático de uma marca.]
D4. Social Media Ativação / Stunt
D5. Melhor Post Isolado

E. CRAFT

E1. Motion graphics
E2. Data visualisation
E3. Copy
E4. Integração tecnológica
E5. Melhor utilização tecnologia social
E6. Melhor utilização tecnologia mobile

F. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO

F1. Responsabilidade social corporativa
F2. Causas Sociais e serviço Público

G. AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscrito em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromover.

4. EXPERIÊNCIAS DE MARCA

4 . EXPERIÊNCIAS DE MARCA

- A. MARKETING DIRETO
- B. RELAÇÕES PÚBLICAS
- C. EVENTOS E ATIVAÇÃO
- D. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO
- E. AUTOPROMOÇÃO

4 . EXPERIÊNCIAS DE MARCA

A. MARKETING DIRETO

Campanhas de comunicação que geram uma resposta mensurável e demonstrável, em meios digitais ou offline. No entanto, mantém-se também nesta categoria o primado da valorização da ideia.

A1. B2C

A2. B2B

B. RELAÇÕES PÚBLICAS

Aqui podem concorrer campanhas claramente lideradas por uma ideia de RP que reconhem a vários meios e/ou disciplinas.

B1. Ação B2B

B2. Campanha B2B

B3. Ação B2C

B4. Campanha B2C

B5. Ação de

Comunicação Interna

B6. Campanha

de Comunicação Interna

B7. Gestão de Reputação e de Crise

B8. Ação Pontual de RP

B9. Ação de Patrocínio

C. EVENTOS E ATIVAÇÃO

Entende-se por ativação o projeto que tem como objetivo criar ativação imediata e/ou oferta para a venda ou promoção de um produto ou serviço. São ainda avaliados eventos dirigidos a outros grupos específicos, tais como o Público interno e eventos Business to business, querendo premiar tanto as ideias mais criativas para envolver esses públicos, como a qualidade da sua implementação.

C1. Evento para o consumidor

[Inclui os eventos e experiências de marca, ativações, roadshows, demonstrações e promoções de produto.]

C2. Evento Corporativo

[Eventos de índole corporativa para públicos internos, agentes ou parceiros da empresa ou de índole institucional.]

C3. Ação de Guerrilha

[Ações de marketing de guerrilha que usem meios não convencionais para promover a marca ou produto, inclui ações de Stunt Marketing.]

C4. Ação de Sampling

[Ações de marca que envolvem a experimentação de produto, no ponto de venda ou fora dele.]

C5. Ponto de Venda

[Ações de marca no ponto de venda.]

D. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO

Procura-se aqui a melhor utilização das disciplinas de marketing direto, relações públicas, eventos e ativação com o objetivo de promover uma causa, marca, produto ou serviço no sentido de contribuir para um mundo melhor. Todas as entidades podem inscrever Causas Sociais.

D1. Responsabilidade social corporativa

D2. Causa social e serviço público

E. AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscrito em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromover.

5. CRAFT

5. CRAFT

- A. FILME**
- B. RÁDIO**
- C. IMPRENSA E OUTDOOR**
- D. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**
- E. AUTOPROMOÇÃO**

Nota:

As Produtoras de som e imagem podem inscrever seus trabalhos em Causas Sociais e Bem Público e Autopromoção.

5. CRAFT

A. FILME

- A1. Realização *
- A2. Direção de Fotografia *
- A3. Edição *
- A4. Pós-Produção e Efeitos Especiais *
- A5. Banda Sonora Original *
[Música composta para sonorizar projeto. A composição musical deve identificar os nomes dos autores da música]
- A6. Banda Sonora Adaptada*
[obrigatório demonstrar a banda original para reconhecimento de adaptação]
- A7. Sound design *
- A8. Animação *
- A9. Motion Graphics *
- A10. Direção de Arte *
- A11. Copy

B. RÁDIO

- B1. Sound Design *
- B2. Copy

C. IMPRENSA E OUTDOOR

- C1. Fotografia *
- C2. Direção de Arte
- C3. Ilustração
- C4. Copy

D. CAUSAS SOCIAIS

- D1. Responsabilidade social corporativa
- D2. Causas Sociais e serviço Público

E. AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria, com o objetivo de se auto-promoverem.

*Inscrições apenas acessíveis a produtoras

6. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

6. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

A. PROJETO INTEGRADO

B. INOVAÇÃO

Esta categoria tem como objetivo premiar a IDEIA, independentemente do tipo de projeto, produto, cliente ou budget. Todas as peças serão submetidas como uma única inscrição, todos os projetos serão avaliados, em conjunto, pelos Presidentes de Júri das categorias que integram este Festival junto com representantes da direção do CCP.

Nota:

As agências de Meios devem inscrever os seus trabalhos na seguinte sub-categoria:

— B3: inovação em meios*

Podem inscrever os seus trabalhos nas restantes categorias, desde que provem ser os autores da ideia.

6. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

A. PROJETO INTEGRADO

A1. Projeto Integrado

B. INOVAÇÃO

B1. Uso da tecnologia

B2. Inovação

[conceção e aplicação de ideias de desenvolvimento de produto ou que transformam o modelo de negócio, ideias lideradas por dados e/ou tecnologia que sejam capazes de redefinir a relação entre uma marca e o consumidor.]

B3 . Inovação em Meios*

REGRAS GERAIS

1. REGRAS DE INSCRIÇÃO
2. REGRAS E OBSERVAÇÕES
3. ENVIO DE MATERIAIS INSCRITOS

1. REGRAS DE INSCRIÇÃO

1. AS INSCRIÇÕES SÃO REALIZADAS ONLINE

Todos os participantes devem registrar-se na plataforma do Festival 2019.

Com todas as informações do questionário online:

<http://clubecriativos.com/festival/login>

Para todas as inscrições de trabalhos é necessário o preenchimento do formulário de inscrição online.

Pode ser consultado documento de apoio à inscrição AQUI.

[http://clubecriativos.com/festival/STEP_BY_STEP_INSCRICOES_CCP_2019.pdf?t=1551871249]

2. É SÓ PREENCHER E FAZER UPLOAD

Nesta ficha devem ser preenchidos todos os campos de informação relativos à peça assim como enviados via upload ou link todos os materiais correspondentes.

3. NADA DE K-LINES E IMAGENS EM ALTA...

Não é necessário o envio de pranchas físicas no processo de inscrição.

Não vamos utilizar Boards na exposição para os trabalhos premiados com Shortlist. Serão de visualização em ecrã gigante, no espaço Mercado Santa Clara durante os dias do Festival.

4. DESCRIÇÃO RESUMIDA DO BRIEFING

Da ideia e resultados obtidos, escrita no campo respetivo para o efeito no formulário de inscrição online.

Respeite o número máximo de caracteres indicado nas fichas de inscrição. A inexistência de alguma destas informações dá ao júri a possibilidade de desclassificação das peças por falta de informação. O campo de resultados não é de preenchimento obrigatório, mas aconselhável.

5. IMAGEM IDENTIFICAÇÃO DE PROJETO [BOARD]/ ONLINE

Basta inserir na plataforma online, a prancha em formato JPEG no campo BOARD do formulário de inscrição online.

As imagens digitais devem ser carregadas na plataforma no formato PNG ou JPEG, 72 DPI, dimensão máxima 3000x3000px e 8Mb. Esta é uma imagem representativa de todo o projeto.

É obrigatório o preenchimento dos elementos de identificação de projeto: Anunciante, Projeto, Categoria e os elementos de explicação do projeto – Briefing, Ideia, Resultados.

Não é obrigatória a inclusão de Board, dado que em certas categorias esse elemento não é necessário para a avaliação [rádio, imprensa]. No caso de Rádio, devem colocar uma imagem que identifique o projeto ou apenas uma imagem com o nome do projeto, sem identificar entidade que inscreve.

6. IMAGENS DO PROJETO

Para além da prancha de projeto a colocar imagem online na inscrição, podem ser inseridas mais imagens de suporte à avaliação do Júri.

As imagens devem ser inseridas em JPEG, 72 DPI, RGB, dimensão máxima 3000x3000px, 8Mb. Basta fazer o UPLOAD das imagens, no campo IMAGENS no formulário de inscrição online.

7. VIDEOCASE DO PROJETO

Esta apresentação deve ter no máximo 2 minutos e deve conter alguns destaques visuais – vídeo, imagens ou outros materiais apropriados que explicam adequadamente o projeto com um comentário simples e claro em Português ou Inglês; recomendamos que a apresentação seja concisa e objetiva. [Vídeos com mais de 2 minutos não serão aceites]; os filmes devem ser colocados online no Youtube e inserido o seu link no campo LINK VÍDEO CASE do formulário de inscrição online. Não poderá haver qualquer referência à entidade que está a submeter o trabalho a concurso, por exemplo: nome do canal, nome do ficheiro, descrições, assinaturas de vídeo, etc., sob risco de desqualificação.

8. VÍDEOS

Todos os materiais de vídeo [ex. Filmes de campanha] pertinentes para avaliação de projeto, devem ser colocados online no Youtube e inserido o seu link nos campos VÍDEOS do formulário de inscrição online.

Pode também ser fornecido o URL de um site criado propositadamente para agrupar estes materiais.

Este link deverá ser inserido no campo LINK PROJETO e deve ser fornecido sem qualquer designação da entidade que inscreve o projeto.

9. MATERIAIS DE ÁUDIO

Todos os materiais de suporte áudio, [ex. spots de rádio] pertinentes para avaliação de projeto, devem ter o seguinte formato:

– MP3: Os ficheiros áudio devem ser inseridos nos campos ÁUDIO do formulário de inscrição online.

10. MATERIAIS DIGITAIS

Os materiais digitais, [ex. site] pertinentes para avaliação de projeto, podem estar num URL criado propositadamente para o efeito ou serem apenas o URL de um dado site. Este URL deve ser colocado no campo LINK PROJETO no formulário de inscrição online e deve ser fornecido sem qualquer designação da entidade que inscreve o projeto.

2. REGRAS E OBSERVAÇÕES

1. No caso de uma peça ser inscrita por duas entidades diferentes, será aceite a que mais se aproxima da categoria em questão, especificamente na Categoria de Craft onde as empresas que produziram [produtoras, fotógrafos, etc.] as peças terão preferência.

Caso este critério não seja relevante, considera-se aceite a peça da entidade que a inscreveu em primeiro lugar.

2. Nas inscrições em Campanha, só são consideradas Campanhas a partir de pelo menos 3 temas.

3. IMPORTANTE:

Campanhas e Execuções Individuais em Publicidade:

— As Campanhas não são separáveis.

As peças individuais poderão ser agrupáveis, caso o júri entenda que deve mudar os trabalhos individuais para a sub-categoria campanha.

— Nestas sub-categorias de Publicidade [filme, rádio, imprensa e outdoor], as agências podem inscrever o mesmo trabalho como peça individual e como campanha, mas o júri só deverá premiá-lo em uma destas sub-categorias, e é soberano na decisão de qual é a categoria onde a peça mais se destaca.

4. No caso da categoria Integração e Inovação, todas as peças [filmes, cartazes e outras] serão submetidas como uma única inscrição.

5. Os teasers de um anúncio não serão considerados uma peça autónoma e não estão sujeitos a pagamento.

6. Escolha a categoria corretamente. É possível inscrever a mesma peça em mais do que uma categoria.

7. Assegure-se de que cumpre as especificações de envio. Proteja as peças para que no momento em que forem votadas e exibidas se encontrem nas melhores condições, sem identificação da Agência/ Profissional Independente que inscreve.

8. Identifique cada peça inscrita com o número de código fornecido pela plataforma online. Canais de youtube ou vimeo, nomes dos ficheiros e descrições não podem referir identificação da Agência/ Profissional Independente, ou pessoas envolvidas no projeto, sob risco de desclassificação.

9. Preencha corretamente a ficha técnica de cada peça, com os nomes de todos os intervenientes. A esses nomes serão atribuídos pontos por cada peça premiada. Estes pontos contam para a elaboração do Ranking Nacional de Criatividade, publicado pelo CCP todos os anos.

10. Os certificados Prémio/Ano têm um custo associado de 50€. As Agências Sócio não pagam.

11. São aceites inscrições de trabalhos em conjunto com mais do que uma agência, mas os pontos a atribuir pelos prémios conquistados serão divididos pelo número de agências que inscreverem em conjunto esse mesmo trabalho.

12. SOBRE PONTUAÇÃO AUTOPROMOÇÃO E CAUSAS SOCIAIS: Os pontos obtidos com trabalhos de Autopromoção e de Causas Sociais e Bem Social não serão contabilizados para a eleição do Anunciante do Ano e da Agência do Ano Global/Categoria. Entende-se por Autopromoção todos os trabalhos realizados para a própria empresa de comunicação ou para empresas do mesmo grupo de comunicação, inscritos em qualquer categoria.

13. SOBRE PONTUAÇÃO PRODUTORAS SOM E IMAGEM: Os pontos de trabalho de imagem [realização, fotografia, edição, efeitos especiais, pós-produção e animação] são atribuídos às produtoras de imagem. Os pontos de trabalhos de som [banda sonora, banda sonora original, sonoplastia] serão entregues às produtoras áudio. A distinção de produtora de som do ano e produtora de imagem do ano será atribuída apenas a empresas cuja atividade seja correspondente. Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou outra empresa cuja atividade não seja a de som e imagem, deverá ser eleita a empresa de som e de imagem de maior pontuação seguinte. As inscrições de produtoras não pontuam para as agências e vice-versa.

14. SOBRE PONTUAÇÃO AGÊNCIAS DE MEIOS: A distinção de agência de Meios do ano será atribuída apenas a empresas cuja atividade seja correspondente. Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou estúdio ou outra empresa cuja atividade não seja a de meios, deverá ser eleita a empresa de meios de maior pontuação seguinte.

As AGÊNCIAS DE MEIOS deverão inscrever os seus trabalhos nas seguintes sub-categorias de Publicidade:

- A4, B3, C3: conteúdos de marca
- D5: instalação outdoor
- E: utilização de media

Nas seguintes sub-categorias de Digital e Social:

- B5: Integração de instalações Online e Offline
- B6: Transmedia – Melhor utilização de diferentes plataformas digitais para contar uma ideia.
- C5: melhor utilização de meios mobile
- D: social media

E na sub-categoria de Integração e Inovação:

- B3: Inovação em Meios

Podem também inscrever os seus trabalhos nas restantes categorias, desde que provem ser os autores da ideia.

3. ENVIO DE MATERIAIS

1. MATERIAIS FÍSICOS

Devem ser enviados todos os materiais físicos que sejam relevantes e úteis para a avaliação do projeto no ato da sua inscrição.

[Incluindo amostras, brochuras, folhetos, embalagens de produtos, posters, materiais de ponto de venda, etc.]

IMPORTANTE SOBRE PEÇAS FÍSICAS

Estes materiais não serão devolvidos à entidade que inscreve, ficando propriedade do Clube de Criativos de Portugal. O Clube não se responsabiliza por qualquer furto ou estrago nas peças físicas que não integram a exposição de trabalhos Shortlist.

NAS CATEGORIAS DE DESIGN E EXPERIÊNCIA DE MARCAS /MKT DIRETO É MUITO IMPORTANTE O ENVIO IMEDIATO DE MATERIAIS FÍSICOS NO ATO DA INSCRIÇÃO, QUE PERMITAM A AVALIAÇÃO ADEQUADA DOS PROJETOS. A NÃO EXISTÊNCIA DESTES MATERIAIS PODERÁ DESVALORIZAR O PROJETO EM AVALIAÇÃO.

O material físico de apoio à avaliação do Júri é para fins expositivos. Deve ser enviado ou entregue em mão na sede do Clube, identificado com o respetivo número de código da inscrição [ID].

2. ENVIO DE MATERIAIS

Todas as peças físicas deverão ser enviadas ou entregues em mão na sede do CCP, até 23 DE ABRIL DE 2019

XXI FESTIVAL CCP

Campo de Santa Clara
Mercado de Santa Clara 1º piso
1100-472 Lisboa

**DATA LIMITE PARA A RECEÇÃO DE TODAS AS PEÇAS FÍSICAS:
23 DE ABRIL DE 2019 ATÉ ÀS 18H00.**

PARA OBTER MAIS ASSISTÊNCIA E ORIENTAÇÃO,
POR FAVOR ENVIE EMAIL PARA:

FESTIVALCCP2019@CLUBECRIATIVOS.COM

915 195 910

[LINHA DE APOIO]

**IMPORTANTE:
AO INSCREVER OS SEUS TRABALHOS
NO XXI CONCURSO CLUBE CRIATIVOS
DE PORTUGAL 2019, ESTÁ A ACEITAR AS
REGRAS DESTE REGULAMENTO.**

