



FIDELIDADE
SEGUROS DESDE 1808

aberto ccp brief
brief aberto ccp
aberto ccp brief

Regulamento Brief Aberto CCP _ Fidelidade

ARTIGO 1º Descrição do Concurso

O **Clube Criativos de Portugal (CCP)**, em parceria com a **Fidelidade**, 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 desenvolverem uma proposta de campanha Out of Home.

ARTIGO 2º Critérios de avaliação do Júri

1. Adequação e originalidade da ideia proposta;
2. Capacidade de passar a mensagem pretendida ao público-alvo;
3. Capacidade, adequação ao tema e originalidade;
4. Atratividade visual da campanha.

ARTIGO 3º Breve enquadramento sobre a marca:

Desde 1808 que a Fidelidade protege o futuro das famílias, das empresas e de Portugal. Líder de mercado, vida e não vida, a seguradora junta à dimensão, solidez e credibilidade a inovação como um dos seus maiores valores. A sua estratégia incide no desenvolvimento de produtos inovadores, capazes de fazer a diferença na vida das pessoas. Mas mais do que isso. A Fidelidade tem no seu ADN uma forma

especial de estar em sociedade, com uma consciência de serviço invulgar que, em muitas situações, a leva a proteger as pessoas para além do que lhe é exigível.

A nossa missão

A Fidelidade quer estar ao lado dos seus clientes nos momentos mais difíceis, e quando é realmente necessário. Quer ser um exemplo para os outros e acrescentar à sua marca e à sua atuação o seu valor humano. Porque a sua maior missão é, na verdade, servir, apoiar e cuidar dos seus mais de dois milhões de clientes e desempenhar uma missão realmente diferenciadora na sociedade.

ARTIGO 4º

Desafio

O que se pretende?

Criação de uma campanha Out of Home que ative o lançamento da App Fidelidade Drive.

Que meios vamos usar? Que peças devem desenvolver?

Entende-se como Out of Home, qualquer formato de media de exterior, activação ou formato especial.

Fica à consideração do participante escolher quais os meios a desenvolver para vender a sua ideia, tendo em consideração as necessidades da marca.

Insight

Em pleno século XXI estamos constantemente a ser impactados com imensa informação, anúncios, e campanhas sobre a importância da segurança rodoviária. No entanto, existem dados que indicam que existem mais acidentes, por exemplo, pelo uso incorreto de dispositivos de segurança (cinto de segurança, capacetes e sistemas de retenção de crianças). Mesmo com a evolução tecnológica, e com a modernização dos veículos, esta parece não garantir maior segurança aos condutores. Desta forma, é necessário criar uma consciencialização maior sobre este problema, pois sabemos que é um trabalho de todos, e que as nossas ações influenciam o mundo que nos rodeia. Nesse sentido, a Fidelidade Drive permite traçar o padrão de condução de cada utilizador, e dá-lhe dicas úteis para melhorarem

a sua condução. Por esta boa conduta, a Fidelidade recompensa os seus clientes, de forma a incentivá-los cada vez mais a praticarem uma condução segura e responsável. Esta retribuição pode refletir-se no prémio da apólice, ou descontos em parceiros Fidelidade. Por fim, ajudamos na sua segurança e da sua Família.

ARTIGO 5º

Target

Esta campanha é dirigida a homens e mulheres entre os 30 aos 60 anos, que pertencem a uma classe média a alta. Residentes em zonas urbanas, e que utilizem diariamente o seu veículo para as deslocações. Adicionalmente também encontram-se atentos aos consumos diários de combustível, e possuem literacia digital.

ARTIGO 6º

Mensagem principal

A Fidelidade tem no seu ADN uma forma especial de estar em sociedade. Lidamos todos os dias com pessoas, e é com elas, e com as suas famílias que temos o nosso compromisso. Nesse sentido, a segurança rodoviária é uma prioridade para a Fidelidade, pois é essencial para a prevenção dos acidentes de viação. Queremos estar ao lado dos nossos clientes em todos os momentos, desta forma a nossa estratégia incide no desenvolvimento de produtos inovadores, capazes de fazer a diferença na vida das pessoas. Desta forma, a Fidelidade lançou a Fidelidade Drive que posiciona-se como um marco no ecossistema da mobilidade, e acrescenta ainda valor ao seguro auto Fidelidade. O principal objetivo prende-se em melhorar a condução dos seus clientes de forma a diminuir o risco nas estradas. E de que forma a melhoramos? Através da apresentação de um scoring, que avalia a condução de cada utilizador, apresentação dos consumos de combustível, sugestão do melhor trajeto para cada viagem, envio de alertas de segurança, entre outros.

ARTIGO 7º
Normas de utilização do logótipo

Para a criação da proposta deve utilizar-se o logótipo da marca Fidelidade conforme manual de normas “Guidelines de comunicação Fidelidade”.

ARTIGO 8º
Condições de participação

Quem pode participar:

1. Jovens dos 18 (dezoito) aos 30 (trinta) anos, à data 31 dezembro 2021;
2. Jovens portugueses e estrangeiros (com comprovativo de residência em Portugal);
3. Só pode ser apresentada uma proposta por participante, no entanto, são aceites trabalhos de duplas criativas, sendo que o prémio será a dividir pela dupla.

ARTIGO 9º
Candidatura

A candidatura deve ser submetida de acordo com o presente Regulamento e de acordo com as regras relativas ao concurso.

1. Preenchimento e submissão do formulário ficha de inscrição:

<https://forms.gle/6VmMUEBmLDCQoDTW6>

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@clubecriativos.com.

Submissão da Declaração assinada e Proposta em PDF no formulário
<https://forms.gle/vNbFFHX5jvom3FgN9>

ARTIGO 10º

Trabalho a apresentar

Proposta apresentada em PDF de acordo com o regulamento e briefing lançado:

O PDF deverá conter:

Racional criativo da campanha;

Apresentação da proposta;

Submissão da proposta em ficheiro PDF alta resolução até 100Mb no formulário <https://forms.gle/vNbFFHX5jvom3FgN9> ou para o e-mail briefaberto2021@gmail.com identificado com o ID (número de identificação) atribuído pela organização após inscrição no formulário <https://forms.gle/6VmMUEBmLDCQoDTW6>

A identificação do/s autor/es não pode constar diretamente nas propostas. Utilizar ID (número de identificação) atribuído pelo CCP para identificação da proposta.

ARTIGO 11º

Júri

O Júri é constituído por 5 (cinco) elementos:

- 3 (três) representantes do CCP
- 2 (dois) representantes Fidelidade

ARTIGO 12º

Prémio

1. Será premiada apenas 1 proposta;
2. Prémio é monetário de 1.000,00 € (mil euros)

3. Caso o trabalho seja realizado em dupla, o prémio será dividido entre ambos os concorrentes.
4. O/s representante/s da proposta vencedora assinam um documento de quitação receção do prémio com identificação do valor do recibo;
5. A Fidelidade é detentora de todos os direitos de usufruto da proposta vencedora, tal como ela é apresentada pelo/s candidato/s (direitos de utilização e imagem em todos os meios), a qual poderá ser objeto de adaptações a realizar pela marca;
6. Fica a cargo da Fidelidade a decisão de execução ou não da proposta vencedora, bem como a seu cargo todos os custos de produção;
7. Os/s autores/es da proposta vencedora são anunciados no dia 2 de outubro no âmbito do XXIII Festival CCP 2021. O/s seu/s nome/s e projeto vencedor, será divulgado nos sites, newsletters, comunicado de imprensa e redes sociais do Clube Criativos e da Fidelidade.
8. Os concorrentes, não vencedores, são detentores de todos os direitos sobre as suas candidaturas e ideias apresentadas.

ARTIGO 13º **Calendário**

- 1. Envio propostas até dia 20 de agosto até às 18h00.**
2. O Júri irá avaliar propostas online e nomear até um máximo de 10 (dez) propostas para shortlist até 16 de setembro.
3. Nomeados shortlist a anunciar 16 de setembro.
4. O Júri irá reunir presencialmente em setembro para eleger o vencedor.
5. Divulgação de Vencedor no dia 2 de outubro, no decorrer do Festival CCP 2021, na sala Atmosferas da escola ETIC pelas 20h00. (caso não seja possível, o vencedor será divulgado online pelo representante da marca).
6. 5. Entrega de Prémio (valor monetário) a efetuar até final Outubro 2021.

ARTIGO 14º
Privacidade e proteção de dados pessoais

1. O responsável pelo tratamento dos dados pessoais é a Fidelidade – pessoa coletiva de direito privado e utilidade pública administrativa com o número 500918880 e sede no Largo do Calhariz, N.º 30 1200-086 Lisboa que os tratará conjuntamente com o Clube de Criativos de Portugal (CCP), parceiro no “Brief Aberto CCP_ Fidelidade”.
2. Os dados pessoais tratados serão os estritamente necessários com a finalidade de validar as inscrições no concurso, bem como de assegurar as necessárias condições de participação.
3. No decorrer desta iniciativa ocorrerá também a recolha de som e imagens, em todos os espaços afetos ao património da Fidelidade e do CCP e, bem assim, no decorrer de cerimónia de entrega dos prémios resultantes deste concurso, em espaço destinado a esse fim, com vista à promoção e comunicação do apoio concedido pela Fidelidade dando dessa forma visibilidade, junto do público em geral, ao contributo da Instituição para o fomento e a divulgação nacional e internacional da arte criativa. Estes registos poderão ser objeto de transmissão, reprodução, publicação, promoção e adaptação, nos meios e suportes que a Fidelidade e o Clube entenderem por bem, da disponibilização das imagens e/ou som, bem como, conteúdos produzidos, designadamente para a comunicação social; website da Fidelidade; suas redes sociais e profissionais e folhetos ou boletins de informação em que sejam convidados a participar.
4. O tratamento de dados pessoais tem por base o consentimento livre, específico, informado e explícito dos participantes neste concurso. Ao assinalar positivamente, através de um visto, o termo de consentimento para o tratamento de dados pessoais disponibilizado, estará a manifestar concordância e autorização a que os seus dados pessoais sejam utilizados neste âmbito.
5. Os dados pessoais dos concorrentes são tratados e conservados pela Fidelidade e pelo parceiro CCP no estrito cumprimento da legislação

aplicável, sendo armazenados em sistemas de informação específicos ou em arquivos físicos.

6. O prazo de conservação dos dados varia de acordo com a finalidade para a qual a informação é utilizada, pelo que, nessa medida, os dados de faturação são conservados por um período de 10 (dez) anos, tomando, também, por referencial para a determinação do período de conservação adequado o Regulamento, bem como, as várias deliberações das autoridades de controlo de proteção de dados, nomeadamente da CNPD. O parceiro CCP assume os mesmos prazos de conservação sobre a informação partilhada.

7. No que respeita aos seus dados pessoais, poderá:

Solicitar, a todo o tempo, o acesso aos dados pessoais que lhe digam respeito, bem como a sua retificação, eliminação ou a limitação do seu tratamento, ou opor-se ao seu tratamento – verificadas as condições legalmente previstas. O exercício destes direitos poderá ser feito preferencialmente por escrito, junto do parceiro CCP, para estes efeitos, o e-mail:

briefabertoccp@clubecriativos.com.

Apresentar, sem prejuízo de qualquer outra via de recurso administrativo ou judicial, uma reclamação à CNPD ou a outra autoridade de controlo competente, nos termos da lei, caso entenda que o tratamento dos seus dados pessoais pela Fidelidade ou pelo CCP não respeitem a legislação aplicável.

8. Nos termos do Regulamento (EU) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, bem como da Lei nº 58/2019, de 8 de agosto, são garantidos os direitos constantes na informação cedida relativa à participação no “Brief Aberto CCP_ Fidelidade” designadamente, a possibilidade de retirar, a qualquer momento, o consentimento para o tratamento dos dados pessoais, para as finalidades referidas, o que não invalida, no entanto, o tratamento dos mesmos efetuado até essa data, com base no consentimento previamente dado.

ARTIGO 15º
Disposições finais

1. A participação neste concurso implica a aceitação deste regulamento;
2. A inscrição e seu conteúdo serão da inteira responsabilidade de cada candidato;
3. O concorrente vencedor deverá apresentar um recibo para a receção do seu prémio monetário;
4. Todos os projetos deverão ser inéditos e originais e deverão ser criações dos próprios concorrentes;

Ambos documentos: “Ficha de inscrição, consentimento para o tratamento de dados” e “Declaração” devem ser preenchidos e submetidos. A linha apoio candidaturas será o telemóvel nº. 915 195 910;

5. Situações omissas no presente regulamento serão resolvidas pela organização, não havendo lugar a reclamação ou recurso das respetivas deliberações.

FIM