



27<sup>º</sup>  
Festival  
CCP 2025

**REGULAMENTO**

## *FESTIVAL CCP*

O Festival de Criatividade do CCP é reconhecido como o mais abrangente e prestigiado evento do setor.

O Clube da Criatividade de Portugal é uma organização sem fins lucrativos e promove a excelência criativa da comunicação comercial nacional nas categorias de Publicidade, Design, Digital, Experiências de Marca, Craft em Publicidade e Integração.

## *PRÉMIOS ADCE*

O CCP é membro do ADC\*E - Art Directors Club of Europe, garantindo assim a todos os trabalhos premiados no Festival a possibilidade de concorrer aos ADC\*E Awards.

Os trabalhos premiados com Ouro, Prata, Bronze e Shortlist 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.

Todos os vencedores dos Prémios ADCE integram o Global Creative Rankings do The One Club for Creativity.

## *DATAS IMPORTANTES 2025*

### **INSCRIÇÕES COM DESCONTO EARLY BIRD -10%**

10 DE JANEIRO A 17 DE FEVEREIRO

### **INSCRIÇÕES COM PREÇO DE TABELA**

18 DE FEVEREIRO A 10 DE ABRIL

### **DATAS DE VEICULAÇÃO DOS TRABALHOS**

DE 1 DE JANEIRO DE 2024 ATÉ AO ÚLTIMO DIA DE INSCRIÇÕES DE 2025

### **ENTREGA DE PEÇAS FÍSICAS**

DE 5 A 9 DE MAIO

### **VOTAÇÃO DO JÚRI ONLINE**

18 DE ABRIL A 4 DE MAIO

### **FECHO DA SHORTLIST PELOS PRESIDENTES**

8 A 14 DE MAIO

### **VOTAÇÕES PRESENCIAIS**

14 A 16 DE MAIO

### **SEMANA CRIATIVA DE LISBOA**

16 A 23 DE MAIO

### **GALA DE ENTREGA DE PRÉMIOS**

23 DE MAIO

NOTA: AS DATAS DO CONCURSO SÃO FINAIS E A PLATAFORMA FECHA NAS DATAS ANUNCIADAS, SEM PROLONGAMENTOS.

## *ÍNDICE*

- 07 **CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO**
- 11 **GRUPOS DE JÚRI DO FESTIVAL CCP**
- 13 **PROCESSO DE VOTAÇÃO**
- 17 **PRÉMIOS**
- 24 **PROCESSO DE INSCRIÇÃO**
- 28 **CATEGORIAS DO FESTIVAL CCP**
- 44 **REGRAS DE INSCRIÇÃO**

## *CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO*

- 08 **ABRANGÊNCIA**
- 08 **NATUREZA COMERCIAL**
- 09 **VEICULAÇÃO**
- 09 **VERDADE, PROPRIEDADE E AUTORIZAÇÃO**
- 10 **INSCRIÇÕES E IMPEDIMENTOS NA VOTAÇÃO PARA A ATRIBUIÇÃO DO GRANDE PRÉMIO**
- 10 **TRABALHOS COLABORATIVOS**

## **ABRANGÊNCIA**

O Festival é aberto a todos os envolvidos nos processos de comunicação comercial em Portugal: agências e estúdios de publicidade e design, profissionais de comunicação independentes, agências de meios, produtoras, pós-produtoras, marcas comerciais, incluindo agências e departamentos de comunicação *in-house* e entidades sem fins lucrativos.

**Não podem concorrer empresas não registadas em Portugal.**

As agências *in-house* devem inscrever os seus trabalhos com um número de contribuinte distinto do número da entidade anunciante.

## **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 das categorias de Causas Sociais e Autopromoção.

**Os trabalhos para Causas Sociais e Autopromoção têm regras específicas:**

- São avaliados e premiados, mas não contam para a pontuação do Grande Prémio CCP;
- Devem apenas ser inscritos nas categorias adequadas sob pena de desclassificação;
- Todos os pontos obtidos com os prémios ganhos em Causas Sociais e Autopromoção contam para os Rankings anuais.

**Dentro da categoria Causas Sociais, consideramos que:**

- Um trabalho deve ser inscrito em Causas Sociais se for feito para uma Instituição sem fins lucrativos a favor de uma causa.
- Todos os trabalhos inscritos em Causas Sociais não podem ser inscritos noutras subcategorias. Caso a organização e o Júri determinem que um trabalho inscrito é do âmbito de uma Causa Social, têm o direito de transferir o trabalho para esta categoria, dando o conhecimento e solicitando a autorização da alteração da entidade que realizou a inscrição. Caso a entidade não permita a alteração, o trabalho poderá ser desclassificado.

Nota: Os trabalhos que defendem uma causa e sejam assinados por uma marca comercial não podem ser inscritos nesta categoria, mas sim nas categorias comerciais correspondentes.



**Dentro da categoria Autopromoção, consideramos que:**

- Uma campanha de Autopromoção é qualquer iniciativa inscrita e realizada com o objetivo de promover a própria empresa de comunicação que a inscreve, e na qual o nome da empresa aparece como protagonista. Poderá ser uma peça única ou uma campanha com mais de duas execuções. Só neste caso a entidade pode colocar o logótipo da empresa nos materiais que enviar para o concurso.

## **VEICULAÇÃO**

O material inscrito deve ter sido veiculado entre **1 de janeiro de 2024 até ao último dia de inscrições do Festival CCP, 10 de abril de 2025**, e não pode ter sido inscrito em edições anteriores do Festival CCP.

## **VERDADE, PROPRIEDADE E AUTORIZAÇÃO**

A organização ou o júri podem solicitar o comprovativo da veiculação das peças, emitido pelo meio ou anunciante.

A organização e o júri reservam o direito de sugerir a transição dos trabalhos para outra subcategoria, dando conhecimento e solicitando a autorização da entidade concorrente. Após o início do processo de votação, as peças não podem ser retiradas do festival e as inscrições não podem ser canceladas.

O material e a documentação apresentados são de 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 dos Anuários do Festival.

**Nenhum trabalho pode ser inscrito sem a prévia autorização do anunciante ou proprietário dos direitos da peça, cabendo ao CCP o direito de, em qualquer momento, solicitar o comprovativo dessa autorização.**

Para proteger a integridade do júri, as apresentações dos trabalhos enviados **não podem exibir o logótipo**, nome da agência ou profissionais envolvidos.

As inscrições dos trabalhos de autopromoção são obviamente uma exceção. O não cumprimento deste regulamento determina a anulação da inscrição e dos respetivos prémios. Os valores das inscrições não são reembolsáveis.

## **INSCRIÇÕES E IMPEDIMENTOS EM VOTAÇÃO PARA ATRIBUIÇÃO DO GRANDE PRÊMIO**

As inscrições são feitas por empresas ou trabalhadores independentes nacionais e não por "trabalhadores independentes, empresas e grupos internacionais", mesmo que englobem clientes ou direções criativas e comerciais portuguesas.

O pagamento das inscrições de diferentes entidades pode ser feito pela mesma empresa, mas a inscrição é feita em nome da entidade 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.

### **TRABALHOS COLABORATIVOS**

É possível inscrever trabalhos feitos em colaboração entre duas a quatro empresas e escolher como querem repartir os pontos entre as empresas, caso o trabalho seja premiado.

No processo de inscrição, na área dos Créditos devem ser adicionadas as empresas e profissionais envolvidos no projeto.

**Empresa Principal** - Nesta área deve ser adicionado o nome da empresa que inscreve o projeto.

**Caso não desejem dividir os pontos com as outras empresas mencionadas em “Empresas Colaborativas”, devem referir que os pontos não são a dividir.**

ex: “*Empresa Principal A (não dividir pontos)*”

**Empresas Colaborativas** - Podem ser adicionadas aos créditos até três (3) empresas que trabalharam no projeto, depois da empresa que inscreve.

Ao adicionar à Empresa que inscreve Empresas Colaborativas, estas dividirão os pontos de classificação.

Quando se trata de uma agência de Meios, os pontos não dividem com a Agência Criativa, mas sim replicam-se.

ex.: trabalho premiado com prata (7), confere 7 pontos a Empresa Principal e 7 pontos a Empresa de Meios.

Caso pretendam identificar as empresas que colaboraram nos projetos, mas não pretendam a divisão dos pontos, devem referir que os pontos não são a dividir junto do nome da “Empresa Principal”.

ex: “*Empresa Principal A (não dividir pontos)*”

*JÚRI DO FESTIVAL CCP*

## **GRUPOS DE JÚRI**

### **JÚRI SHORTLIST**

Todos os sócios ativos do CCP podem registar-se como Júri Shortlist para votar nos trabalhos inscritos no Festival na fase de Shortlist, devendo para isso registar-se e escolher uma só categoria para avaliar. As empresas sócias podem eleger um elemento representante sócio para votar.

*Nota: Os **sócios estudantes** não podem integrar o Júri Shortlist até que se tornem profissionais.*

Os sócios inscritos para votar são aprovados pelo Clube, sendo que devem ter as quotas em dia. As empresas sócias também podem votar, contando como uma só pessoa votante. Para isso, devem identificar o representante da empresa que irá votar em seu nome. Esse representante deverá usar o endereço de email da empresa.

A votação do Júri Shortlist coincide com as datas de votação para shortlist do Júri Oficial. Ambas são feitas através da plataforma online, com uma pontuação de 0 a 10 pontos dada a cada um dos trabalhos. A votação do Júri Shortlist tem uma ponderação de 40% e a votação do Júri Oficial tem uma ponderação de 60%.

**Os sócios inscritos no Júri Shortlist não podem votar nos seus trabalhos ou trabalhos da sua agência, estúdio ou produtora, e no caso de terem colaborado devem selecionar o botão “Abstenção”.**

Um voto no próprio trabalho será anulado na análise da votação.

Os sócios inscritos na plataforma de votação têm um prazo para completar os seus votos. Devem votar em todos os trabalhos da categoria dentro desse prazo (exceto nos trabalhos da sua empresa que devem colocar como “Abstenção”). Votações parciais e incompletas serão anuladas.

## **COMPOSIÇÃO DE GRUPOS DE JÚRI**

### **JÚRI OFICIAL**

UM PRESIDENTE

CINCO JURADOS CRIATIVIDADE (7 jurados Criatividade em Publicidade)

UM JURADO ANUNCIANTE

UM JURADO JUNIOR (apenas assistente, não vota)

Nota: Para promover um critério de votação mais diverso e uma troca de aprendizagens entre o mercado português e o mercado internacional, a Direção do Clube reserva-se o direito de convidar profissionais portugueses ou estrangeiros a trabalhar noutros mercados para integrar o júri, desde que eles dominem o idioma.

O júri oficial é constituído por profissionais do setor, por convite direto da Direção do Clube vigente, com os seguintes critérios de exclusão:

- Não pode ter sido jurado nos últimos dois anos;
- Não pode existir mais que um membro de uma agência em cada grupo de júri;
- Não pode haver mais de dois membros de cada agência em todas as categorias;
- Os jurados júnior são escolhidos entre os vencedores de programas para jovens talentos organizados pelo CCP. Assistem ao processo de votação e discussão presencial, mas não têm direito a voto.

Devem estar representados:

- Pelo menos três agências premiadas no ano anterior;
- Elementos com ponderação na Classificação do Ranking CCP Agências 2024;

### **JÚRI DO FESTIVAL CCP:**

#### **1. PUBLICIDADE**

#### **2. DESIGN**

#### **3. DIGITAL**

#### **4. EXPERIÊNCIAS DE MARCA**

#### **5. CRAFT EM PUBLICIDADE**

#### **6. INTEGRAÇÃO** [este júri é composto pelos Presidentes de Júri das restantes categorias, com a inclusão de um elemento da Direção como suporte do grupo]

#### **7. JÚRI JORNALISTAS** [Grupo de jornalistas convidados pelo CCP elegem o Grande Prémio dos Jornalistas]

## *PROCESSO DE VOTAÇÃO*

O júri oficial é soberano nas suas decisões, cabendo ao Presidente de Júri estabelecer os critérios de avaliação e votar apenas em caso de empate.

A organização não interfere de forma alguma nos trabalhos do júri a não ser para esclarecer aspetos respeitantes ao Regulamento e Regras de Votação e nenhum membro da Direção do CCP pode fazer parte do júri. Um elemento da direção servirá de suporte ao júri da categoria de Integração, composto pelos presidentes de todas as restantes categorias.

Todas as votações são assistidas e auditadas pela empresa de auditores BDO.

15 **1º FASE \_ VOTAÇÃO ONLINE**

15 **2º FASE \_ VOTAÇÃO PRESENCIAL**

16 **3ª FASE \_ VOTAÇÃO DOS GRANDES PRÉMIOS**

## **1º FASE \_ VOTAÇÃO ONLINE**

Esta votação é online e individual, feita por cada membro do júri. Dela, resulta uma *Shortlist* provisória, que é depois encerrada pelo presidente de júri e revista presencialmente, na segunda fase da votação.

Os presidentes de júri de cada categoria aprovam as votações dos seus grupos e acompanham o grupo durante a votação, esclarecendo dúvidas.

Os presidentes só votam nos trabalhos da categoria de Integração.

O Júri Shortlist vota apenas para a fase de apuramento da Shortlist.

A votação do Júri Shortlist tem uma ponderação de 40% e a votação do Júri Oficial tem uma ponderação de 60%.

A votação online é aberta a todos os sócios CCP e ao júri oficial convidado.

## **2º FASE \_ VOTAÇÃO PRESENCIAL**

O presidente de cada categoria dá a conhecer ao seu grupo de júri quais os trabalhos mais votados e que chegaram à *Shortlist*.

Nesta altura, o júri e o presidente podem repescar e colocar em discussão trabalhos que não tenham sido considerados na votação online.

Na primeira fase da reunião presencial, o júri pode anular até um máximo de dez trabalhos que estejam em *shortlist* ou adicionar até um máximo de dez trabalhos que não passaram à *shortlist* na primeira fase de votação individual.

A inclusão ou exclusão de trabalhos na *shortlist* é feita através da votação de braço no ar.

Depois de votada e aprovada, a *shortlist* é assinada pelo presidente e já não pode ser alterada.

Todos os trabalhos que estão na *shortlist* são revistos presencialmente pelo grupo, um a um, para que o júri em conjunto vote e decida os prémios a atribuir.

O júri inicia o processo de votação de braço no ar para Bronze, Prata e Ouro. Deve ser respeitada a regra de atribuição máxima de um (1) Ouro, dois (2) Pratas e três (3) Bronzes por cada subcategoria.

Não é obrigatória a premiação em todas as subcategorias, nem há um número mínimo de prémios a atribuir.

Apenas o presidente de júri tem autorização para registar as premiações na plataforma de votação.

Recomendamos a utilização de dois dias completos para a segunda fase de votação presencial, ou presencial / online caso não seja possível a reunião física do grupo. Neste caso, a organização organiza salas zoom com o apoio de um assistente por sala.

Se o grupo terminar a votação presencial no primeiro dia, o segundo dia de votação fica anulado. Só será necessário regressar no terceiro dia de votação, para conhecer e avaliar os trabalhos candidatos a Grandes Prémios.

### **3ª FASE \_ VOTAÇÃO DOS GRANDES PRÉMIOS**

Cada grupo de júri escolhe o candidato da sua categoria a Grande Prémio do Ano, entre todos os Ouros que atribuiu, sabendo que não podem eleger para grande prémio CCP trabalhos inscritos nas subcategorias de Causas Sociais e Autopromoção.

De igual forma, escolhe o candidato a Grande Prémio para o Bem entre todos os Ouros que atribuiu em Causas Sociais.

A votação dos Grandes Prémios é feita individualmente por cada elemento do júri e por todos os presidentes com os seus acessos privados na plataforma online. Entre todos os trabalhos candidatos, devem escolher o seu preferido para Grande Prémio CCP 2025 e Grande Prémio para o Bem 2025 e votar apenas nesses trabalhos.

O trabalho mais votado em Causas Sociais é eleito o Grande Prémio para o Bem.

Caso não existam Ouros nas subcategorias de Causas Sociais, não se atribui o Grande Prémio para o Bem.

O trabalho mais votado entre os candidatos de todas as categorias é eleito o Grande Prémio CCP.

Caso não existam Ouros em nenhuma das categorias comerciais, não há candidato ao Grande Prémio CCP.

Trabalhos de autopromoção não são elegíveis para Grandes Prémios.

### **VOTAÇÃO GRANDE PRÉMIO JORNALISTAS**

Esta votação é feita online a partir dos Ouros escolhidos como candidatos a Grande Prémio CCP e Grande Prémio para o Bem em todas as categorias. Cada jornalista deve eleger apenas o seu trabalho preferido.



## **OBSERVAÇÕES**

Os trabalhos inscritos que não estiverem pagos à data do processo de votação são anulados e não entram no concurso.

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

Nenhum dado da inscrição ou material inscrito poderá ser alterado depois do júri iniciar a votação.

Em nenhum momento da votação um membro do júri pode votar nas peças produzidas pela sua própria agência, por si próprio em outra agência, ou em peças onde tenha trabalhado direta ou indiretamente. No ato de votação é obrigatório que os elementos envolvidos no trabalho em avaliação saiam da sala.

Não são obrigados a sair de sala e podem votar em trabalhos de outras empresas do mesmo grupo.

Esta regra é também válida para clientes presentes no júri, caso a votação seja sobre trabalhos da marca que representam.

A organização do concurso poderá adaptar as votações presenciais para votações online, caso não seja possível a sua realização presencial.

## *PRÉMIOS*

- 19 **PRÉMIOS / PONTUAÇÃO**
- 21 **GRANDE PRÉMIO CCP**
- 21 **GRANDE PRÉMIO PARA O BEM**
- 22 **GRANDE PRÉMIO DOS JORNALISTAS**
- 22 **MELHOR AGÊNCIA E ANUNCIANTE DO ANO**
- 22 **MELHOR PRODUTORA DE IMAGEM DO ANO**
- 22 **MELHOR PRODUTORA DE SOM DO ANO**
- 22 **MELHORES POR CATEGORIA**
- 23 **RANKINGS ANUAIS CCP**

## **PRÉMIOS**

Os prêmios a atribuir são o Grande Prêmio, Ouro, Prata, Bronze e *Shortlist*, podendo o júri não atribuir qualquer troféu se considerar que as peças inscritas não cumprem os critérios de avaliação.

Para cada subcategoria, é atribuído um máximo de um (1) Ouro, dois (2) Pratas e três (3) Bronzes, podendo ser atribuída a vários trabalhos a distinção de *Shortlist*. Os prêmios de Agência do Ano Global, Agência do Ano por Categoria e Anunciante do Ano por Categoria, Produtora de Imagem e Produtora de Som, são atribuídos aos participantes que obtiverem a maior classificação segundo a tabela de pontuação.

### **TABELA DE PONTUAÇÃO**

<b>Grande Prêmio</b>	<b>31 pontos</b>
<b>Ouro</b>	<b>15 pontos</b>
<b>Prata</b>	<b>7 pontos</b>
<b>Bronze</b>	<b>3 pontos</b>
<b><i>Shortlist</i></b>	<b>1 ponto</b>

São considerados, no máximo, 10 pontos por empresa conquistados em *Shortlist*.

### **NOTAS SOBRE A PONTUAÇÃO**

- Os pontos obtidos com trabalhos de Autopromoção e de Causas Sociais não são 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 empresarial, inscritos em qualquer categoria.
- As Produtoras não pontuam para as Agências e vice-versa na eleição do Anunciante do Ano e da Agência do Ano Global/Categoria.
- O prêmio de Produtora de Som do Ano e Produtora de Imagem do Ano só pode ser atribuído a empresas dessa atividade.

- Se uma agência criativa inscrever trabalhos em Craft em Publicidade, e se não tiver sido ela própria a produtora do projeto, os pontos obtidos com esta inscrição não são contabilizados para a eleição de Agência Global do Ano.
- O Grande Prêmio CCP é o trabalho mais votado por todos os jurados e presidentes entre todos os candidatos de todas as categorias. O Grande Prêmio para o Bem é o trabalho mais votado por todos os jurados e presidentes entre todos os candidatos de Causas Sociais de todas as categorias.
- O Grande Prêmio dos Jornalistas é um prêmio especial atribuído por um júri de jornalistas, e não é contabilizado para a eleição de Anunciante do Ano e de Agência do Ano Global/ Categoria.
- Trabalhos premiados em várias subcategorias sofrem uma depreciação de 10% por cada repetição. Sendo que esta regra só se aplica quando se trata exatamente do mesmo trabalho.

Tabela:

Pontuação*	Shortlist	Bronze	Prata	Ouro
1º	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>15</b>
2º	0,9	2,70	6,30	13,50
3º	0,81	2,43	5,67	12,15
4º	0,73	2,19	5,10	10,94
5º	0,66	1,97	4,59	9,84
6º	0,59	1,77	4,13	8,86
7º	0,53	1,59	3,72	7,97
8º	0,48	1,43	3,35	7,17

\*A pontuação mantém-se da 8ª repetição de um mesmo trabalho premiado em diante.

- Na subcategoria de Meios em Publicidade, nos trabalhos onde existam meios pagos, as agências devem sempre indicar o nome da agência de meios envolvida na veiculação do trabalho, ver página 59 “Pontuação Agências de Meios”.
- Os 31 pontos atribuídos à entidade vencedora do Grande Prêmio CCP vão somar aos restantes pontos conquistados no Concurso, mas serão deduzidos 15 pontos relativos ao prêmio Ouro que deu origem à eleição do Grande Prêmio.

## **GRANDE PRÉMIO CCP**

Os jurados de cada grupo, junto com o seu presidente, devem eleger qual o Ouro da sua categoria que é candidato ao Grande Prémio CCP (o melhor do ano na categoria).

O Grande Prémio é eleito entre um máximo de seis Ouros candidatos, nomeados por cada júri.

Para a votação do Grande Prémio CCP, reúnem-se e votam todos os jurados e presidentes. O resultado desta votação só é revelado no dia da cerimónia de entrega dos prémios. Se um mesmo trabalho ganhar Ouro em diversas categorias, apenas um dos Ouros é candidato ao Grande Prémio CCP (representando todos os Ouros obtidos nas diversas categorias).

As peças inscritas nas categorias de Causas Sociais e Autopromoção não podem participar na eleição do Grande Prémio CCP, nem pontuam para a eleição de Agência do Ano Global e por Categoria, nem para Anunciante do Ano.

## **GRANDE PRÉMIO PARA O BEM**

De igual forma, cada grupo de júri deve escolher o Ouro em Causas Sociais da sua categoria que será candidato ao Grande Prémio para o Bem. As peças premiadas com Ouro nas categorias de Causas Sociais são elegíveis para o Grande Prémio para o Bem. Este é um prémio especial que distingue 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.

## **GRANDE PRÉMIO DOS JORNALISTAS**

O Grande Prémio dos Jornalistas é eleito de entre todos os trabalhos candidatos a Grande Prémio e Grande Prémio Para o Bem de todas as categorias. Este Grande Prémio dos Jornalistas não pontua para a eleição da Agência Global do Ano, por Categoria, ou para o Anunciante do Ano.

## **MELHOR AGÊNCIA E ANUNCIANTE DO ANO**

### **MELHOR AGÊNCIA DO ANO**

Pontuação máxima atribuída a uma agência em todas as categorias, exceto na categoria de Craft em Publicidade. Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR ANUNCIANTE DO ANO**

Pontuação máxima atribuída a um anunciante em todas as categorias. Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

## **MELHOR PRODUTORA DE SOM E IMAGEM DO ANO**

### **MELHOR PRODUTORA IMAGEM**

Pontuação máxima atribuída a uma produtora de imagem ou pós-produtora na subcategoria ***5. A IMAGEM*** de Craft em Publicidade. Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR PRODUTORA SOM**

Pontuação máxima atribuída a uma produtora de som ou pós-produtora na subcategoria ***5. B ÁUDIO*** de Craft em Publicidade. Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

## **MELHORES POR CATEGORIA**

### **MELHOR AGÊNCIA PUBLICIDADE**

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

### **MELHOR ANUNCIANTE PUBLICIDADE**

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

### **MELHOR AGÊNCIA DE MEIOS**

Pontuação máxima atribuída a uma Agência de Meios. Pontos obtidos através das inscrições na subcategoria de “Melhor utilização de Meios em Publicidade”, quando a empresa de Meios é referida nos créditos da inscrição. Só é atribuído o prêmio de Agência de Meios do Ano se existirem prêmios de bronze, prata ou ouro nestas subcategorias, com um mínimo de 7 pontos conquistados. Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR AGÊNCIA / ESTÚDIO DESIGN**

Pontuação máxima atribuída a uma agência/estúdio na categoria Design. Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR ANUNCIANTE DESIGN**

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

### **MELHOR AGÊNCIA / ESTÚDIO DIGITAL**

Pontuação máxima atribuída a uma agência/estúdio na categoria Digital. Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR ANUNCIANTE DIGITAL**

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Digital. Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR AGÊNCIA EXPERIÊNCIAS DE MARCA**

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

### **MELHOR ANUNCIANTE EXPERIÊNCIAS DE MARCA**

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

## **RANKINGS ANUAIS CCP**

É de grande importância preencher todos os Créditos com os nomes dos Profissionais das várias áreas que executaram os trabalhos inscritos, uma vez que é a partir destes créditos que será extraído o Ranking Criatividade CCP.

Estes campos não podem ser alterados depois da data de encerramento das inscrições.

Sempre que um profissional ganhar mais do que um Ouro pelo mesmo trabalho, só pontua o valor total de 15 pontos uma vez, sendo que o segundo Ouro será depreciado na sua pontuação em 10%, o terceiro Ouro em 10% sobre o valor do segundo Ouro já depreciado e assim sucessivamente.

Os pontos conquistados por cada trabalho são divididos por todos os profissionais que tenham realizado uma mesma tarefa. Por exemplo: um projeto que ganha ouro e tem dois designers nos créditos, os 15 pontos do Ouro valem 7,5 pontos para cada designer.

**Campos de Profissionais a preencher nas inscrições:**

Diretor Geral  
Diretor Criativo  
Diretor Criativo Executivo  
Diretor Arte  
Designer  
Ilustrador  
Redator  
Programador  
Motion Designer  
UX Designer  
UI Designer  
Estratega  
Marketeer (nome do cliente)  
Diretor de Estratégia  
Diretor Contas  
Executivo Contas  
Social Media Manager  
Arte Finalista  
Produtor  
Diretor de Contas de Meios  
Planeador de Meios  
Planeador de Meios Digitais  
Produtor Executivo  
Diretor de Fotografia  
Realizador  
Direção de Arte Cinematográfica  
Assistente de Realização  
Fotógrafo  
Editor  
Compositor  
Sound Designer



## MECÂNICA DA PONTUAÇÃO

<b>Grande Prémio</b>	<b>31 pontos</b>
<b>Ouro</b>	<b>15 pontos</b>
<b>Prata</b>	<b>7 pontos</b>
<b>Bronze</b>	<b>3 pontos</b>
<b><i>Shortlist</i></b>	<b>1 ponto</b>

### REGRAS

Todos os pontos atribuídos em Causas Sociais e Autopromoção pontuam para os Rankings.

Para apuramento dos rankings de criatividade, são contabilizados todos os pontos conquistados no Festival CCP (ver página 19 do regulamento).

Para apuramento dos rankings, todos os pontos conquistados em *Shortlist* pontuam.

São também contabilizados os pontos do Grande Prémio com a mesma regra de dedução dos pontos do ouro que deu origem ao GP.

Os Profissionais recebem pontos segundo a tabela de pontuação dos Rankings Criatividade CCP, a partir de subcategorias específicas para cada um dos cargos. (ver tabela na página 26)

## **TABELA DE PONTUAÇÃO - PROFISSIONAIS NO RANKING CRIATIVIDADE CCP**

<b>PROFISSIONAIS *</b>	<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUBCATEGORIAS</b>
Diretor Criativo	todas as Categorias	todas as subcategorias
Diretor Geral	todas as Categorias	todas as subcategorias
Diretor Criativo Executivo	todas as Categorias	todas as subcategorias
Diretor Arte	todas as Categorias	todas as subcategorias
Redator	todas as Categorias	todas as subcategorias
Estratega	todas as Categorias	todas as subcategorias
Marketeer	todas as Categorias	todas as subcategorias
Diretor de Estratégia	todas as Categorias	todas as subcategorias
Diretor Contas	todas as Categorias	todas as subcategorias
Executivo Contas	todas as Categorias	todas as subcategorias
Arte Finalista	todas as Categorias	todas as subcategorias
Produtor	todas as Categorias	todas as subcategorias
Designer	Design	todas as subcategorias
Ilustrador	Publicidade	CRAFT - Ilustração em publicidade
	Design	subcategorias de ILUSTRAÇÃO
	Craft em Publicidade	FILME - Animação
Programador	Digital	todas as subcategorias
Motion Designer	Digital	todas as subcategorias
UX Designer	Digital	todas as subcategorias
UI Designer	Digital	todas as subcategorias
Social Media Manager	Publicidade	subcategorias de DIGITAL
	Digital	subcategorias de SOCIAL
Diretor de Contas de Meios	Publicidade	subcategorias de MELHOR UTILIZAÇÃO DE MEIOS EM PUBLICIDADE
Planeador de Meios	Publicidade	MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - Melhor utilização de Televisão
		MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - M. u. /criação de espaços em Cinema
		MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - Melhor utilização de Rádio
		MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - Melhor utilização de Imprensa
		MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - Melhor utilização/instalação Outdoor
Planeador de Meios Digitais	Publicidade	MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - Melhor utilização Meios Digitais
		MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - Influenciadores
		MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - Data e Performance
		MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - New Media
		MELHOR UTIL. DE MEIOS EM PUB - Melhor Integração de Meios
Realizador	Craft em Publicidade	subcategorias de FILME
		subcategorias de ÁUDIO
Assistente de Realização	Craft em Publicidade	FILME - Realização
		FILME - Videoclip
Editor	Craft em Publicidade	FILME - Edição
Produtor Executivo	Craft em Publicidade	subcategorias de FILME
		subcategorias de ÁUDIO
Direção de Arte Cinematográfica	Craft em Publicidade	FILME - Direção de Arte
		FILME - Videoclip
Diretor de Fotografia	Craft em Publicidade	FILME - Direção de Fotografia
		FILME - Videoclip
Fotógrafo	Design	CRAFT - Fotografia
	Craft em Publicidade	IMPrensa E OUTDOOR - Fotografia
Sound Designer	Craft em Publicidade	ÁUDIO, Sound Design para filme
		ÁUDIO, Sound Design para rádio
Compositor	Craft em Publicidade	ÁUDIO, Banda Sonora Original
		ÁUDIO, Banda Sonora Adaptada

\*Os pontos atribuídos em Causas Sociais e Autopromoção pontuam para todos os profissionais.

## **NOTAS IMPORTANTES:**

Os campos dos créditos têm que ser preenchidos com os nomes dos profissionais que executaram o trabalho.

Não são contabilizados pontos para os profissionais envolvidos na criação do trabalho que não tenham o seu nome na ficha técnica.

Os créditos a empresas ou profissionais sem NIF português não serão contabilizados.

As agências criativas que preencham nomes de profissionais de Meios nas suas inscrições estão a atribuir os pontos dos seus trabalhos premiados a estes profissionais, a contabilizar para os Rankings anuais.

Não é obrigatório o preenchimento de todos os campos.

Na fase de apuramento dos Rankings, todos os nomes que entrarem nos primeiros 20 lugares são sujeitos a uma avaliação pela Direção do CCP, de forma a garantir que o seu envolvimento nos projetos premiados corresponde à disciplina onde estão a ser distinguidos.

É de grande importância preencher todos os créditos dos Profissionais das várias áreas que de facto executaram os trabalhos inscritos, não podendo ser nenhum dado alterado após a data de encerramento das inscrições, seja qual for o motivo.

## *PROCESSO DE INSCRIÇÃO*

- 29 **INSCRIÇÃO ONLINE**
- 30 **VALOR DAS INSCRIÇÕES E PAGAMENTO**
- 31 **DESCONTOS**

O processo de inscrição é composto por TRÊS FASES:

**A. Inscrição Online com submissão e receção de fatura proforma.**

**B. Efetuar Pagamento e enviar comprovativo**

**C. Envio de materiais físicos**, sempre que sejam uma mais valia para a avaliação do trabalho

As inscrições só são consideradas completas após o pagamento e o envio do comprovativo de transferência para o e-mail:

[festivalccp@clubedacriatividade.pt](mailto:festivalccp@clubedacriatividade.pt)

### **ATENÇÃO:**

A entidade que inscreve é totalmente responsável pelas suas inscrições.

A organização do concurso não se responsabiliza pelas irregularidades, falhas ou erros nas inscrições.

A organização do concurso não realiza verificação dos trabalhos inscritos.

Recordamos que os trabalhos poderão ser desclassificados caso incluam logotipos das empresas autoras ou outras referências aos autores, exceto nos trabalhos de autopromoção.

**EM CASO DE DÚVIDAS DURANTE O PROCESSO DE INSCRIÇÃO ENVIE UM E-MAIL PARA:**

**[festivalccp@clubedacriatividade.pt](mailto:festivalccp@clubedacriatividade.pt)**

**Linha de Apoio: +351 915 195 910**

## **INSCRIÇÃO ONLINE**

Registem-se em <https://festivalccp.awardhub.org> introduzindo o nome, e-mail e os dados da entidade que representam, na área INSCRIÇÕES.

### **IMPORTANTE**

- É necessário fazer um registo na nova plataforma de inscrições 2025. Caso já tenham uma conta ADCE, os acessos são os mesmos;
- Na plataforma encontram o Regulamento e o Manual de Inscrições, que podem ser descarregados;
- Depois de feito o *login*, devem ir a “A MINHA CONTA” e editar os “Detalhes da Conta”;
- A responsabilidade da inscrição e da verificação dos trabalhos na plataforma é exclusivamente da entidade que inscreve;
- É possível inscrever a mesma peça em mais do que uma categoria;
- Para facilitar o processo, a plataforma permite duplicar os trabalhos: podem inscrever um trabalho com todas as suas peças e textos e replicá-lo quantas vezes for necessário, escolhendo as novas subcategorias a submeter.

DICA: Na área “A MINHA CONTA” – “Gerir Ficheiros”, podem criar pastas por projeto e carregar aí todos os ficheiros de vídeo, imagens e URLs. Estas pastas vão facilitar depois o upload dos materiais em cada sub-categoria.

## **VALOR DAS INSCRIÇÕES E PAGAMENTO**

### **VALOR DAS INSCRIÇÕES**

#### **EARLY BIRD [10 de janeiro a 17 de fevereiro de 2025]**

<b>Peças Individuais</b>	<b>162€*</b>
<b>Campanha</b>	<b>450€*</b>
<b>Integração</b>	<b>585€*</b>

*\*Aos valores acresce a taxa do IVA em vigor.*

(Valores a pagar se forem liquidados até ao último dia de *Early Bird*: 17 de fevereiro de 2025. Caso o pagamento não seja efetuado neste prazo, a entidade que inscreve poderá manter o trabalho a concurso, mas perde o desconto *Early Bird*)

## VALOR DE TABELA [18 de fevereiro a 10 de abril de 2025]

<b>Peças Individuais</b>	<b>180€*</b>
<b>Campanha</b>	<b>500€*</b>
<b>Integração</b>	<b>650€*</b>

*\*Aos valores acresce a taxa do IVA em vigor.*

### **DESCONTOS**

#### **A. QUANTIDADE**

#### **B. INDIE / EMPRESA ATÉ CINCO COLABORADORES**

#### **C. SÓCIOS CCP**

#### **A. DESCONTO QUANTIDADE**

Todas as entidades que inscrevam mais de 50 peças têm um desconto de 5% sobre o valor total das inscrições (o desconto é cumulativo sobre outros descontos que estejam em vigor). Devem enviar email a pedir código desconto à gestão do concurso.

#### **B. DESCONTO INDIE**

Todas as inscrições realizadas por profissionais independentes ou microempresas, até cinco colaboradores, **têm um desconto imediato de 50%** sobre o valor total das inscrições. Para obter este desconto devem enviar um mail para [festivalccp@clubedacriatividade.pt](mailto:festivalccp@clubedacriatividade.pt) com o comprovativo de segurança social e o número de trabalhadores inscritos, até um prazo máximo de dois dias após a inscrição. No caso de serem sócios Indie, aos 50% de desconto é adicionado o desconto de 2,5%. Devem enviar email a pedir código desconto à gestão do concurso.

**IMPORTANTE:** Quando duas empresas se inscrevem em colaboração, e uma delas não é empresa Indie, o desconto Indie não se aplica.

#### **C. DESCONTO SÓCIO CCP**

Todas as entidades sócias do CCP recebem um desconto de 5% sobre o valor total das inscrições. Este desconto é cumulativo com o desconto de quantidade.

Todas as entidades Indie sócias do CCP têm um desconto de 2,5% sobre o valor total das inscrições. Este desconto é cumulativo com o desconto de quantidade.

Devem enviar email a pedir código desconto à gestão do concurso.

**IMPORTANTE:** Quando duas empresas se inscrevem em colaboração e uma delas não é sócia do CCP, o desconto de sócio não se aplica.

**NOTA:** A plataforma cria uma fatura pró-forma, que será substituída por uma fatura oficial. As faturas/recibo serão emitidas após a receção e verificação do justificativo de pagamento na conta do Clube.

## FORMAS DE PAGAMENTO

### Transferência bancária:

CLUBE DA CRIATIVIDADE DE PORTUGAL  
Millennium BCP  
IBAN PT50. 0033.0000.45206701106.05

### MBWAY CCP:

916 446 919

Enviar o comprovativo de transferência para:  
[festivalccp@clubedacriatividade.pt](mailto:festivalccp@clubedacriatividade.pt)



## *CATEGORIAS FESTIVAL CCP*

34	<b>PUBLICIDADE</b>
38	<b>DESIGN</b>
41	<b>DIGITAL</b>
45	<b>EXPERIÊNCIAS DE MARCA</b>
48	<b>CRAFT EM PUBLICIDADE</b>
50	<b>INTEGRAÇÃO</b>

# 1. PUBLICIDADE

- 1.A FILME
- 1.B RÁDIO
- 1.C IMPRENSA
- 1.D OUTDOOR
- 1.E DIGITAL
- 1.F MELHOR UTILIZAÇÃO DE MEIOS EM PUBLICIDADE
- 1.G CRAFT
- 1.H INOVAÇÃO EM PUBLICIDADE
- 1.I ESTRATÉGIA EM PUBLICIDADE
- 1.J CAUSAS SOCIAIS
- 1.K AUTOPROMOÇÃO

## 1.A FILME

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

- 1.A.1 **Filme até 30"** [Uma execução] *Valor: 180€*
- 1.A.2 **Filme com mais de 30"** [Uma execução] *Valor: 180€*
- 1.A.3 **Campanha Filme** [Várias execuções] *Valor: 500€*
- 1.A.4 **Filme Conteúdo de Marca** (Séries, documentários, web séries, conteúdos mobile em vídeo produzidos para uma marca) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## 1.B RÁDIO

Destinado a formatos áudio em rádio, incluindo plataformas digitais. (Ficheiro em .mp4 - imagem com spot rádio)

- 1.B.1 **Spot de Rádio** [Uma execução] *Valor: 180€*
- 1.B.2 **Campanha de Rádio** [Várias execuções] *Valor: 500€*
- 1.B.3 **Conteúdo de marca Áudio** (*Live Copies* ou outros formatos) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## 1.C IMPRENSA

- 1.C.1 **Anúncio de Imprensa** [Uma execução] *Valor: 180€*
- 1.C.2 **Campanha de Imprensa** [Várias execuções] *Valor: 500€*
- 1.C.3 **Conteúdo de Marca em Imprensa** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **1.D OUTDOOR**

- 1.D.1 Outdoor** (4x3, 8x3, Mupi e outros formatos tradicionais) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 1.D.2 Poster** (Poster com formatos alternativos a 4x3, 8x3) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 1.D.3 Campanha Outdoor / Mupi ou Poster** (Poster com formatos alternativos a 4x3, 8x3) [Várias execuções] *Valor: 500€*
- 1.D.4 Outdoor Digital** (Outdoors ou mupi que incluem tecnologia digital, integrados ou não com outras plataformas.) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 1.D.5 Instalação Outdoor** (Peças de publicidade imersiva, incluindo quiosques, mobiliário urbano, experiências ao vivo, pop-ups e outros ambientes públicos construídos para o efeito.) [Uma execução] *Valor: 180€*

## **1.E DIGITAL**

Nesta subcategoria, avalia-se a inovação, relevância e excelência das ideias e execuções publicitárias que vivem sobretudo em meios digitais.

- 1.E.1 Campanhas digitais** (Campanhas que tiram partido de diferentes meios digitais de uma forma integrada.) [Várias execuções] *Valor: 500€*
- 1.E.2 Site de Campanha** (Sites promocionais, *landing pages* e microsites de campanha. Aqui deve valorizar-se sobretudo a ideia criativa do site e o que ela acrescenta à campanha.) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 1.E.3 Formatos isolados de search e display** (Formatos digitais pagos, como banners, pop-ups, pre-rolls, take-overs, anúncios do Google.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*
- 1.E.4 Publicidade Phygital** (Ideias publicitárias que exploram a integração entre o mundo físico e as tecnologias digitais.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*
- 1.E.5 Publicidade Mobile** (Ideias publicitárias que exploram as potencialidades das plataformas mobile, tais como publicidade em aplicações, geolocalização ou conteúdos mobile.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*
- 1.E.6 Conteúdos Digitais** (Conteúdos criados para promover uma marca, produto ou serviço em qualquer plataforma digital e cujo formato não seja apenas filme.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **1.F MELHOR UTILIZAÇÃO DE MEIOS EM PUBLICIDADE**

A inscrever junto com a agência de meios. Em todas estas sub-categorias, avalia-se sobretudo o uso inovador dos meios.

- 1.F.1 Melhor utilização de Televisão** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1.F.2 Melhor utilização / criação de espaços em Cinema** [Uma ou várias execuções]  
*Valor: 180€*

**1.F.3 Melhor utilização de Rádio**

Submeter ficheiro em mp4 com utilização de uma imagem representativa do projeto. (Inclui plataformas digitais) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1.F.4 Melhor utilização de Imprensa** (Formato impresso.) [Uma ou várias execuções]  
*Valor: 180€*

**1.F.5 Melhor utilização / instalação Outdoor** (Inclui peças de publicidade imersiva, quiosques, mobiliário urbano, experiências ao vivo, pop-ups e outros ambientes públicos construídos para o efeito.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1.F.6 Melhor utilização Meios Digitais** (Website, microsite, motor de busca, banner, SMS, email, marketing, POS Digital.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1.F.7 Influenciadores** (Utilização de influenciador, blogger, vlogger, instagramer ou youtuber para a comunicação de produtos ou serviços.)  
[Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1.F.8 Data e Performance** (Criatividade na utilização de data, na apresentação da mesma e em campanhas de performance.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1.F.9 New Media** (Criação/aproveitamento de outros meios digitais não comercializados à data.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1.F.10 Melhor Integração de Meios** (Ex: televisão + outdoor + digital.) [Várias execuções] *Valor: 180€*

**1.G CRAFT**

**1. G.1 Direção de arte em publicidade** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1.G.2 Ilustração em publicidade** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1. G.3 Copy em publicidade** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**1.H INOVAÇÃO EM PUBLICIDADE**

**1.H.1 Inovação** (Ideias de desenvolvimento de produto ou serviço ou que transformam o modelo de negócio, independentemente dos meios e formatos utilizados. Podem ou não ser lideradas por tecnologia.) [Uma execução] *Valor: 180€*

## **1.I ESTRATÉGIA EM PUBLICIDADE**

Trabalhos que se destaquem através da ideia por detrás da ideia, demonstrando a capacidade de interpretação do desafio, da descoberta de uma tensão ou de um insight novo e poderoso, que leva à transformação de um negócio através de uma estratégia criativa ímpar.

A estratégia deverá ser descrita na sinopse do trabalho (máximo 800 caracteres) no campo identificado com “Estratégia”. Além disso, pode ser submetido um board de estratégia (jpg ou png) nos “Ficheiros do Projeto”.

**1.I.1 Estratégia em Publicidade** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **1.J CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

**1.J.1 Causas Sociais e Serviço público** Ideias produzidas para promover causas sociais assinadas por associações sem fins lucrativos, qualquer que seja o formato ou meio publicitário. [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

Nota: Produtoras de som e de imagem podem inscrever os seus trabalhos em Causas Sociais e Bem Público na categoria Publicidade, caso sejam as autoras da ideia do projeto.

## **1.K AUTOPROMOÇÃO**

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de publicidade realizado para a própria Agência /Profissional Independente ou para agências do mesmo grupo empresarial, com o objetivo de se autopromoverem. Nesta categoria, incluem-se campanhas de filme, rádio, imprensa, outdoor e meios digitais.

**1.K.1 Autopromoção** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## 2. DESIGN

- 2.A BRANDING
- 2.B DESIGN GRÁFICO
- 2.C DESIGN EDITORIAL
- 2.D PACKAGING
- 2.E ILUSTRAÇÃO
- 2.F TIPOGRAFIA
- 2.G DESIGN DE AMBIENTES
- 2.H CRAFT
- 2.I INOVAÇÃO EM DESIGN
- 2.J ESTRATÉGIA EM DESIGN
- 2.K CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO
- 2.L AUTOPROMOÇÃO

### 2.A BRANDING

- 2.A.1 **Naming** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*
- 2.A.2 **Logótipo** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*
- 2.A.3 **Imagem corporativa para pequenas empresas** (Menos de 25 empregados) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*
- 2.A.4 **Imagem corporativa para grandes empresas** (Mais de 25 empregados) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*
- 2.A.5 **Rebranding** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### 2.B DESIGN GRÁFICO

- 2.B.1 **Poster** [Uma execução] *Valor: 180€*
- 2.B.2 **Peça Pontual** [Uma execução] *Valor: 180€*
- 2.B.3 **Campanha Poster** [Várias execuções] *Valor: 500€*

### 2.C DESIGN EDITORIAL

- 2.C.1 **Publicação Corporativa** (Publicação, engloba Brochuras, Catálogos e Relatórios & Contas) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 2.C.2 **Publicação Periódica** (Revistas) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 2.C.3 **Livro** (Engloba capa, paginação e design) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 2.C.4 **Capa de Livro ou Revista** (Capa) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 2.C.5 **Publicação Digital** (Edição digital) [Uma execução] *Valor: 180€*

## **2.D PACKAGING**

**2.D.1 Rótulo** (Rótulo ou grupo de rótulos) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**2.D.2 Embalagem** (Embalagem ou grupo de embalagens) [Uma ou várias execuções]  
*Valor: 180€*

## **2.E ILUSTRAÇÃO**

**2.E.1 Ilustração Editorial** (Revistas e livros) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**2.E.2 Ilustração de Comunicação** (Branding e/ou utilização ilustração em Campanhas de Marca) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**2.E.3 Infografia** (Ilustração de informação) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **2.F TIPOGRAFIA**

**2.F.1 Tipografia Completa** [Várias execuções] *Valor: 180€*

**2.F.2 Tipografia Experimental** (Utilizada para logos, headlines ou outros, sem a pretensão de ser uma tipografia completa, feita de raiz ou adaptando tipografias existentes) [Várias execuções] *Valor: 180€*

## **2.G DESIGN DE AMBIENTES**

**2.G.1 Espaço Corporativo para uma Marca** (stands, pop-ups, pontos de venda e espaços comerciais temporários ou definitivos) [Várias execuções] *Valor: 180€*

**2.G.2 Instalações de Marca** (Um objeto, um troféu, uma instalação ou um elemento da marca num espaço) [Uma execução] *Valor: 180€*

**2.G.3 Sinalética** (Projetos de sinalética) [Várias execuções] *Valor: 180€*

**2.G.4 Exposição** (Design de exposições) [Várias execuções] *Valor: 180€*

## **2.H CRAFT**

**2.H.1 Fotografia** (Melhor fotografia no contexto design. Editorial, packaging ou marca) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**2.H.2 Acabamento e Impressão** (Melhor acabamento em design) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**2.H.3 Copy** (Melhor copy em design) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **2.I INOVAÇÃO EM DESIGN**

**2.I.1 Inovação** (Ideias de desenvolvimento de produto ou serviço ou que transformam o modelo de negócio, independentemente dos meios e formatos utilizados. Podem ou não ser lideradas por tecnologia.) [Uma execução] *Valor: 180€*

## **2.J ESTRATÉGIA EM DESIGN**

Trabalhos que se destaquem pela estratégia em design, seja em projetos de branding ou de reposicionamento de marca.

A estratégia deverá ser descrita na sinopse do trabalho (máximo 800 caracteres) no campo identificado com “Estratégia”. Além disso, pode ser submetido um board de estratégia (jpg ou png) nos “Ficheiros do Projeto”.

**2.J.1 Estratégia em Design** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **2.K CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

Trabalhos de design para causas sociais assinadas por associações sem fins lucrativos, qualquer que seja o formato.

**2.K.1 Causas Sociais e Serviço público** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **2.L AUTOPROMOÇÃO**

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

**2.L.1 Autopromoção** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*



## **3. DIGITAL**

- 3.A DESIGN DIGITAL**
- 3.B EXPERIÊNCIAS DIGITAIS EMERGENTES**
- 3.C MOBILE E WEARABLES**
- 3.D SOCIAL E CONTENT**
- 3.E CRAFT DIGITAL**
- 3.F INOVAÇÃO EM DIGITAL**
- 3.G ESTRATÉGIA EM DIGITAL**
- 3.H CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**
- 3.I AUTOPROMOÇÃO**

### **3.A DESIGN DIGITAL**

Nesta subcategoria, avalia-se a inovação, relevância e excelência dos projectos de experiência e design digital nas diferentes plataformas onde eles existem (*desktop* e *mobile*).

- 3.A.1 Site de Marca** (Sites institucionais, de produtos e de serviços.) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 3.A.2 Site de Campanha** (Sites promocionais, *landing pages* e microsites de campanha. Aqui deve avaliar-se a qualidade da execução do site, e não a sua ideia publicitária.) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 3.A.3 Site Editorial** (Publicações, revistas digitais, relatórios e contas, temporárias ou recorrentes.) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 3.A.4 Site de E-commerce** (Sites que incluem a venda de produtos e serviços.) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 3.A.5 Data Visualization e uso de data** (Representação digital de dados e utilização de dados para oferecer uma experiência personalizada.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*
- 3.A.6 Jogos** (Para todo o tipo de plataformas online relacionadas com dinâmicas de *gamification*.) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 3.A.7 User Experience (UX)** (Sites e outros produtos digitais onde a ideia e o desenho da experiência digital contribuem de forma notória para a excelência do projeto.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **3.B EXPERIÊNCIAS DIGITAIS EMERGENTES**

Nesta subcategoria, avalia-se a inovação, relevância e excelência das experiências digitais em qualquer tipo de dispositivo, que explore a utilização de tecnologias emergentes.

- 3.B.1 Metaverso** (Todo o tipo de experiências de marca, produtos, serviços e outras instituições dentro do metaverso.) [Uma execução] *Valor: 180€*
- 3.B.2 Internet-of-things** (Todo o tipo de experiências que explorem a conexão, através

do digital, de objetos e necessidades do dia a dia com o consumidor) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.B.3 NFTs** (Uso de NFTs para criar uma experiência digital de marca.) [Uma execução] *Valor: 180€*

**3.B.4 AR e VR** (Experiências digitais que recorrem à realidade aumentada ou à realidade virtual.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **3.C MOBILE E WEARABLES**

Nesta subcategoria, avalia-se a inovação, relevância e excelência dos projetos que melhor tirem partido das plataformas mobile.

**3.C.1 Campanhas e Eventos** (Apps, webapps ou websites mobile para promover ou aumentar relevância de conteúdos ou eventos temporários.) [Uma execução] *Valor: 180€*

**3.C.2 Institucional** (Apps, webapps ou websites mobile para promover uma empresa ou organização.) [Uma execução] *Valor: 180€*

**3.C.3 Produtos ou Serviços** (Apps, webapps ou websites mobile para promover um produto ou serviço específico.) [Uma execução] *Valor: 180€*

**3.C.4 Wearables** (Integração mobile com produtos físicos.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **3.D SOCIAL**

Nesta subcategoria, avalia-se a inovação, relevância e excelência dos conteúdos de social media, qualquer que seja a plataforma utilizada.

**3.D.1 Melhor Post isolado** (Publicação isolada num só canal de social media ou em vários.) [Uma execução] *Valor: 180€*

**3.D.2 Melhor Série de conteúdo** (Melhor uso de on going content, feito especificamente para social media, comunicando sobre um tema ou marca.) [Várias execuções] *Valor: 500€*

**3.D.3 Real time Marketing** (Ideias que aproveitam contextos e acontecimentos do momento para capitalizar em benefício de uma marca.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.D.4 Melhor Ideia com recurso a influencers** (Aqui valoriza-se a ideia criativa, a qualidade da execução e o fit com a marca, e não o alcance dos influencers.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.D.5 Melhor uso de Stories** (Melhor uso da funcionalidade de plataforma social para contar uma história de forma contínua por meio de vários posts, incluindo vídeo, imagens e/ou texto.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.D.6 Events & Livestreams** (Série ou campanha de social media centrada em eventos e transmissões ao vivo, incluindo experiências virtuais.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.D.7 Melhor uso de Filtros** (Filtros criados para promover uma marca, produto ou

serviço.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.D.8 Campanha ou Ativação de social media** (Melhor campanha que use um ou vários canais de social media, qualquer que seja a plataforma.) [Várias execuções] *Valor: 500€*

### **3.E CRAFT DIGITAL**

Nesta subcategoria, avalia-se a qualidade da execução técnica nas seguintes disciplinas digitais:

**3.E.1 Motion Graphics** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.E.2 Direção de Arte digital** (inclui 3D, fotografia, iconografia ou outros elementos visuais feitos para enriquecer a experiência visual.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.E.3 Design Digital / UI** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.E.4 Copy Digital** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.E.5 Melhor utilização Tecnologia Mobile** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**3.E.6 Sound Design** (Inclui música e outros efeitos sonoros que possam enriquecer a experiência digital.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **3.F INOVAÇÃO EM DIGITAL**

**3.F.1 Inovação** (Ideias de desenvolvimento de produto ou serviço ou que transformam o modelo de negócio, independentemente dos meios e formatos utilizados. Podem ou não ser lideradas por tecnologia.) [Uma execução] *Valor: 180€*

### **3.G ESTRATEGIA EM DIGITAL E SOCIAL**

Trabalhos que se destaquem por uma estratégia que rompe com códigos da categoria ou do meio, seja pela experiência digital ou pela estratégia de utilização de social media.

A estratégia deverá ser descrita na sinopse do trabalho (máximo 800 caracteres) no campo identificado com “Estratégia”. Além disso, pode ser submetido um board de estratégia (jpg ou png) nos “Ficheiros do Projeto”.

**3.G.1 Estratégia em Digital** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **3.H CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

Trabalhos realizados para causas sociais assinados por associações sem fins lucrativos

#### **3.H.1 Causas Sociais e Serviço Público** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **3.I AUTOPROMOÇÃO**

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

#### **3.I.1 Autopromoção** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **4. EXPERIÊNCIAS DE MARCA**

- 4.A MARKETING DIRETO**
- 4.B RELAÇÕES PÚBLICAS**
- 4.C EVENTOS E ATIVAÇÃO**
- 4.D INOVAÇÃO EM EXPERIÊNCIAS DE MARCA**
- 4.E ESTRATÉGIA EM EXPERIÊNCIAS DE MARCA**
- 4.F CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**
- 4.G AUTOPROMOÇÃO**

### **4.A MARKETING DIRETO**

Ações 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, da sua originalidade, relevância e impacto.

**4.A.1 B2C** (Ações de comunicação direta dirigidas ao consumidor.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**4.A.2 B2B** (Ações de comunicação direta dirigidas a empresas) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **4.B RELAÇÕES PÚBLICAS**

Aqui podem concorrer ações claramente lideradas por uma ideia de RP que recorre a vários meios e/ou disciplinas. No entanto, mantém-se também nesta categoria o primado da valorização da ideia, da sua originalidade, relevância e impacto.

**4.B.1 Ação B2B** (Ações pontuais de RP dirigidas a empresas, qualquer que seja o meio, físico ou digital.) [Uma execução] *Valor: 180€*

**4.B.2 Campanha B2B** (Campanhas de RP dirigidas a empresas, qualquer que seja o meio, físico ou digital.) [Várias execuções.] *Valor: 500€*

**4.B.3 Ação B2C** (Ações pontuais de RP dirigidas ao consumidor, qualquer que seja o meio, físico ou digital.) [Uma execução] *Valor: 180€*

**4.B.4 Campanha B2C** (Campanhas de RP dirigidas ao consumidor, qualquer que seja o meio, físico ou digital.) [Várias execuções.] *Valor: 500€*

**4.B.5 Ação de Comunicação Interna** [Uma execução] *Valor: 180€*

**4.B.6 Campanha de Comunicação Interna** [Várias execuções] *Valor: 500€*

**4.B.7 Gestão de Reputação e de Crise** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**4.B.8 Ação de Patrocínio** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

#### **4.C EVENTOS E ATIVAÇÃO**

Entende-se por ativação o projeto que tem como objetivo criar uma ação 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 e o impacto da sua implementação.

**4.C.1 Evento para o Consumidor** (Inclui os eventos e experiências de marca, ativações, *roadshows*, demonstrações e promoções de produto.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**4.C.2 Evento Corporativo** (Eventos de índole corporativa para públicos internos, agentes ou parceiros da empresa ou de índole institucional) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**4.C.3 Ação de Guerrilha** (Ações de marketing de guerrilha que usem meios não convencionais para promover a marca ou produto, inclui ações de Stunt Marketing) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**4.C.4 Ação de Sampling** (Ações de marca que envolvem a experimentação de produto, no ponto de venda ou fora dele.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

**4.C.5 Ação Ponto de Venda** (Ações de marca no ponto de venda.) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

#### **4.D INOVAÇÃO EM EXPERIÊNCIAS DE MARCA**

**4.D.1 Inovação** (Ideias de desenvolvimento de produto ou serviço ou que transformam o modelo de negócio, independentemente dos meios e formatos utilizados. Podem ou não ser lideradas por tecnologia.) [Uma execução] *Valor: 180€*

#### **4.E ESTRATEGIA EM EXPERIÊNCIAS DE MARCA**

Trabalhos que se destacam pela originalidade e relevância estratégica aplicadas às disciplinas do marketing direto, RP, eventos ou ativação.

A estratégia deverá ser descrita na sinopse do trabalho (máximo 800 caracteres) no campo identificado com “Estratégia”. Além disso, pode ser submetido um board de estratégia (jpg ou png) nos “Ficheiros do Projeto”.

**4.E.1 Estratégia em Experiências de Marca** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

#### **4.F CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

Procura-se aqui a melhor utilização das disciplinas de marketing direto, relações públicas, eventos e ativação em trabalhos realizados para promover causas sociais assinados por associações sem fins lucrativos.

##### **4.F.1 Causa Social e Serviço público** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

#### **4.G AUTOPROMOÇÃO**

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

##### **4.G.1 AUTOPROMOÇÃO** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **5. CRAFT EM PUBLICIDADE**

Um trabalho de *Craft* em Publicidade pode ser inscrito por uma agência criativa, mas a produtora tem prioridade em inscrever esse mesmo trabalho nesta categoria. Uma ideia criativa pode ser inscrita por uma produtora nas categorias de Publicidade, Experiências de Marca, Design ou Digital, mas a agência criativa tem prioridade em inscrever esse trabalho nestas categorias.

- A. IMAGEM**
- B. AUDIO**
- C. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**
- D. AUTOPROMOÇÃO**

### **5.A IMAGEM**

#### **5.A.1 FILME**

Submeter ficheiros em mp4

**5.A.1.1 Realização** [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.A.1.2 Direção de Fotografia** [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.A.1.3 Edição** [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.A.1.4 Pós-Produção e Efeitos Especiais** [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.A.1.5 Animação** [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.A.1.6 Motion Graphics** [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.A.1.7 Direção de Arte** [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.A.1.8 Videoclip** (Vídeos musicais feitos para promover bandas que se destaquem pela realização, direção de fotografia, edição, pós-produção, animação, motion graphics ou direção de arte.) [Uma execução] *Valor: 180€*

#### **5.A.2 IMPRENSA E OUTDOOR**

**5.A.2.1 Fotografia** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **5.B ÁUDIO**

Submeter ficheiro em mp4, usar uma imagem do projeto.

**5.B.1. Banda Sonora Original** (Música composta para sonorizar um projeto.

A composição musical deve identificar os nomes dos autores da música.) [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.B.2 Banda Sonora Adaptada** (Obrigatório demonstrar a banda original para reconhecimento da adaptação.) [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.B.3 Sound Design para filme** [Uma execução] *Valor: 180€*

**5.B.4 Sound Design para rádio** [Uma execução] *Valor: 180€*



## **5.C CAUSAS SOCIAIS**

Trabalhos realizados para promover causas sociais assinados por associações sem fins lucrativos

### **5.C.1 Causa social e serviço público** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **5.D AUTOPROMOÇÃO**

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Produtora /Profissional Independente ou para Produtoras do mesmo grupo empresarial, com o objetivo de se autopromover.

### **5.D.1 Autopromoção** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## **6. INTEGRAÇÃO**

- 6.A PROJETO INTEGRADO**
- 6.B ESTRATÉGIA EM INTEGRAÇÃO**
- 6.C CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**
- 6.D AUTOPROMOÇÃO**

### **6.A PROJETO INTEGRADO**

Projetos que integram e se destacam em mais de 3 disciplinas/categorias. Ex. Publicidade + Ativação de Marca + Digital. (vídeos e rádio, submeter ficheiros em .mp4)

**6.A.1 Projeto Integrado** [Várias execuções] *Valor: 650€*

### **6.B ESTRATEGIA EM INTEGRAÇÃO**

Trabalhos que integram diferentes disciplinas de comunicação e que se destacam pela sua estratégia: pelo seu insight poderoso, pela sua disrupção na categoria ou pela estratégia de integração das diferentes disciplinas.

A estratégia deverá ser descrita na sinopse do trabalho (máximo 800 caracteres) no campo identificado com “Estratégia”. Além disso, pode ser submetido um board de estratégia (jpg ou png) nos “Ficheiros do Projeto”.

**6.B.1 Estratégia de Integração.** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **6.C CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

**6.C.1 Causas Sociais e Serviço Público** (Trabalhos realizados para promover causas sociais assinados por associações sem fins lucrativos) [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

### **6.D AUTOPROMOÇÃO**

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

**6.D.1 Autopromoção** [Uma ou várias execuções] *Valor: 180€*

## *REGRAS DE INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS*

- 53 **REGRAS DE INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS**
- 49 **OBSERVAÇÕES**
- 53 **ENVIO DE MATERIAIS**

## **REGRAS DE INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS**

### **A. AS INSCRIÇÕES SÃO REALIZADAS ONLINE**

Todos os participantes devem registrar-se na plataforma do 27º FESTIVAL 2025  
<https://festivalccp.awardhub.org>

Para todas as inscrições de trabalhos é necessário criar uma inscrição, na área “INSCREVER”, e depois completar o mesmo em “AS MINHAS INSCRIÇÕES”

### **B. TRABALHOS INSCRITOS EM EDIÇÕES ANTERIORES**

Trabalhos inscritos anteriormente só podem voltar a ser inscritos se a inscrição for feita em categorias ou subcategorias diferentes (exemplo: Publicidade e Craft, ou filme e outdoor).

### **C. EDITAR INSCRIÇÃO E FAZER UPLOAD**

Nesta área devem ser preenchidos todos os campos de informação do projeto, assim como submetidos todos os ficheiros e *links* essenciais para uma boa compreensão e avaliação do projeto. A plataforma permite reorganizar as imagens do projeto e alterar até ao último dia de inscrições.

### **D. NÃO É NECESSÁRIO ENVIAR BOARDS IMPRESSOS OU IMAGENS EM ALTA RESOLUÇÃO PARA A ORGANIZAÇÃO**

Não é necessário o envio de pranchas/boards físicos no processo de inscrição. Os trabalhos premiados em *Shortlist* são exibidos em formato digital durante o Festival.

### **E. 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. sempre identificados com o ID do trabalho.

#### **IMPORTANTE SOBRE AS PEÇAS FÍSICAS:**

Estes materiais não são devolvidos à entidade que os inscreve, ficando propriedade do Clube da Criatividade de Portugal.

O Clube não se responsabiliza por qualquer furto ou estrago de peças físicas que integram a exposição da Shortlist.

Nas categorias de Design e Experiência de Marca, na subcategoria de Marketing Direto, é muito importante o envio de materiais físicos no ato da inscrição, que permitam a avaliação adequada dos projetos. A não existência destes materiais pode desvalorizar o respetivo projeto em avaliação. O material físico de apoio à avaliação do júri serve para fins expositivos.

**Este material deve ser enviado, ou entregue em mão, (Campo de Santa Clara, Mercado de Sta. Clara, Piso 1, 1100-472 Lisboa) ao cuidado de Ana Serrazina da equipa CCP e identificado com o respetivo número de código da inscrição [ID, ex:”CCP-10015”] de 5 a 9 de maio de 2025.**

#### **F. DESCRIÇÃO DO BRIEFING, DA IDEIA, DOS RESULTADOS E DA ESTRATÉGIA**

Breve texto com a descrição do problema, da solução criativa e dos resultados a ser preenchido no respectivo campo do formulário online, respeitando o número máximo de 500 caracteres. O campo de resultados não é de preenchimento obrigatório, mas é recomendável.

A estratégia deverá ser descrita na sinopse do trabalho (máximo 800 caracteres) no campo identificado com “Estratégia”. Além disso, pode ser submetido um board de estratégia (jpg ou png) nos “Ficheiros do Projeto”.

#### **G. IMAGEM DO TRABALHO / CAPA DA PEÇA**

Nos detalhes da inscrição do projeto, devem colocar uma imagem capa da peça, quadrada, que identifique o trabalho, não se pode carregar o logotipo da entidade que inscreve (a não ser que seja um projeto de autopromoção).

#### **H. FICHEIROS DO PROJETO**

Para além da imagem capa do projeto, é necessário adicionar pelo menos uma imagem do projeto.

As imagens, os vídeos e os spots de rádio (em mp4) ficam carregadas na plataforma pela ordem que são submetidas e podem ser alteradas as suas posições, pela ordem que desejam que o júri avalie.

Podem carregar até um máximo de 20 ficheiros por projeto.

Nota: Os nomes dos ficheiros não podem conter a identificação da entidade que inscreve.

## **IMAGENS**

Façam o upload das imagens do projeto no campo “FICHEIRO” - “Ficheiros do Projeto” na plataforma de inscrição online. Recomenda-se que a proporção das imagens seja de 16:9.

As imagens devem ter o formato PNG com um máximo de 8Mb ou JPEG com um máximo de 7Mb.

No caso de carregarem uma imagem BOARD esta deve conter uma imagem do projeto ou várias imagens, bem como os elementos de identificação do projeto: anunciante, nome do projeto, categoria e os textos de explicação do projeto, como briefing, ideia e resultados (caso exista esta informação no projeto). **(Não pode ter logotipo ou indicação de entidade que inscreva a não ser que seja um projeto de autopromoção).**

## **VIDEOCASE DO PROJETO**

Embora não seja obrigatório realizar um videocase do projeto, muitas vezes é este vídeo que ajuda à melhor compreensão do projeto.

O videocase é um vídeo com 2 minutos no máximo, contendo filmes, imagens ou outros materiais que expliquem o projeto, acompanhado por um comentário simples e claro em português ou inglês; recomendamos que a apresentação seja concisa e objetiva. O vídeo tem que ser carregado na plataforma em formato mp4 ou mov. com o máximo de 1 GB.

Todos os vídeos devem ser carregados na plataforma. O VIDEOCASE deverá conter o nome de Videocase + nome do projeto.

Sob risco de desqualificação não pode haver referências às entidades autoras nos diferentes suportes utilizados, por exemplo: nome do canal de youtube, nome do ficheiro, descrições, assinaturas de vídeo e outros.

Atenção: Caso usem links de URL, estes não devem conter nomes de profissionais ou agências. Devem alterá-los para Concurso CCP 2025, ou outro nome similar.

Não podem ser inscritos trabalhos em PDF ou MP3.

## **VÍDEOS**

Todos os materiais de vídeo [ex. filmes de campanha] pertinentes para a avaliação do projeto devem ser carregados diretamente na plataforma. O vídeo deverá ser carregado em mp4 ou mov. com o máximo de 1 GB.

No caso de concorrer a melhor filme, só pode ser carregado 1 filme.

## **MATERIAIS DE ÁUDIO**

Todos os materiais de suporte áudio [ex. spots de rádio] pertinentes para avaliação do projeto devem ter o formato mp4 ou mov.

Os ficheiros áudio devem ser carregados na plataforma com uma imagem com ou nome do projeto (não podem usar imagem com logotipo da entidade que inscreve, a não ser que se trate de autopromoção).

## **H. MATERIAIS DIGITAIS**

Os materiais digitais [ex. site, app] pertinentes para avaliação de projeto podem ser submetidos na plataforma com um URL criado propositadamente para o efeito. Este URL deve ser colocado no campo URL do projeto no formulário de inscrição online e deve ser fornecido **sem qualquer identificação da entidade que inscreve o projeto**.

## **OBSERVAÇÕES**

**A.** No caso de uma peça ser inscrita por duas entidades diferentes, é aceite a que mais se aproxima da categoria em questão, especificamente na Categoria de Craft em Publicidade, onde as empresas que produziram as peças [produtoras, fotógrafos, etc.] têm prioridade de inscrição.

**B.** Nas inscrições de Campanha, só são consideradas Campanhas a partir de 3 execuções.

### **C. IMPORTANTE**

Campanhas e Execuções Individuais em Publicidade:

- As campanhas não são passíveis de separar. No entanto, as peças individuais podem ser agrupadas. Caso o júri entenda que deve mudar os trabalhos individuais para a subcategoria campanha, poderá fazê-lo, mas a entidade que inscreve tem que ser avisada desta alteração.
- Nas subcategorias de Publicidade [filme, rádio, imprensa e outdoor], os participantes podem inscrever o mesmo trabalho como peça individual e campanha, mas o júri pode apenas premiar na subcategoria onde mais se destaca. Esta decisão é soberana e final.

**D.** No caso da categoria Integração, todas as peças [filmes, cartazes e outras] são submetidas como uma única inscrição.

**E.** Os teasers de um anúncio não são considerados uma peça autónoma e não estão sujeitos a pagamento.

**F.** Escolha a categoria corretamente.

**G.** É possível inscrever a mesma peça em mais do que uma categoria.

Para facilitar o processo, a plataforma permite duplicar os trabalhos. Inscrevam um trabalho com todas as suas componentes e repliquem quantas vezes for necessário, escolhendo as novas subcategorias a submeter.

**H.** No caso de inscrição de trabalhos que necessitem de avaliação pelo júri de peças físicas, identifiquem cada peça inscrita com o número de código fornecido pela plataforma online “ID de Inscrição” exemplo: CCP-10016. Os materiais entregues para avaliação normalmente não são devolvidos. A organização do concurso poderá agilizar a devolução de peças físicas, no caso destas serem peças únicas. No entanto, o Clube não se responsabiliza pelo mau manuseamento das peças, ou pelo seu extravio. Cumpram todas as especificações de envio, quanto a datas, e assegure que as peças se encontram em boas condições, o envelope ou embalagem de envio à organização deve estar identificado com Agência/ Entidade/ Profissional Independente que inscreve, bem como o nº de ID da peça inscrita.

**I.** Canais ONLINE de youtube ou vimeo, nomes dos ficheiros e descrições não podem identificar a Agência/ Entidade/ Profissional Independente ou pessoas envolvidas no projeto, sob risco de desclassificação.

**J.** A organização do concurso não se responsabiliza por qualquer erro que possa haver nas inscrições ou na submissão dos materiais. Não é realizada revisão de trabalhos inscritos pela organização.

**L.** Preencha corretamente os Créditos das inscrições com os nomes dos Profissionais e Empresas que realizaram o trabalho. Estes dados não podem ser alterados após submetida a inscrição sob qualquer pretexto.

Os pontos apurados contam para a elaboração do Ranking Criatividade Festival CCP, publicado pelo CCP todos os anos.

**Não são contabilizados pontos para profissionais contratados no estrangeiro. Não são contabilizados pontos para nomes de empresas, apenas para os nomes dos seus profissionais.**

Caso o trabalho tenha dois ou mais autores com a mesma função nos créditos, a pontuação será dividida entre eles. Os pontos conquistados por cada trabalho são divididos por todos os profissionais que tenham realizado uma mesma tarefa. Por exemplo: um projeto que ganha Ouro e tem dois designers nos créditos, os 15 pontos do Ouro valem 7,5 pontos para cada designer.

**M.** Os Certificados Prémio Agência/Produtora ou Profissional Independente são gratuitos para os sócios CCP, e têm um custo de **50€** por cada ano para não sócios.

**N.** São aceites inscrições de trabalhos em colaboração entre mais do que uma empresa /agência, mas os pontos a atribuir pelos prémios conquistados são divididos pelo número de agências que inscreverem em conjunto esse mesmo trabalho.



No entanto, no ato da inscrição, podem referir se é apenas empresa principal (quem inscreve) que recebe os pontos. (ver página 10 “TRABALHOS COLABORATIVOS”)

## **PONTUAÇÃO PARA CAUSAS SOCIAIS E AUTOPROMOÇÃO**

Os pontos obtidos com trabalhos de Autopromoção e de Causas Sociais e Bem Público não são contabilizados para a eleição do Anunciante do Ano ou da Agência do Ano Global/Categoria.

**São considerados Causas Sociais apenas os trabalhos realizados para promover causas sociais assinados por associações sem fins lucrativos, a favor de uma causa.**

## **AUTOPROMOÇÃO**

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. Os pontos desta subcategoria não contabilizam para os Grandes Prêmios.

## **PONTUAÇÃO PRODUTORAS SOM E IMAGEM**

Os pontos de trabalhos de imagem [realização, direção de fotografia, edição, efeitos especiais, pós-produção e animação, motion graphics, direção de arte, *videoclipe* fotografia] são atribuídos às produtoras de imagem.

Os pontos de trabalhos de áudio [banda sonora adaptada, banda sonora original, *sound design* para filme e *sound design* para rádio, pós-produção áudio] são entregues às produtoras de áudio.

A distinção de produtora de som do ano e produtora de imagem do ano é 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, é eleita a empresa de som e de imagem de maior pontuação seguinte. **No ato da inscrição, identifica corretamente a natureza da empresa que está a fazer a inscrição (Produtora de Imagem, Produtora de Som, Pós-produtora ou Agência/Estúdio/Agência In House).**

As inscrições de Produtoras não pontuam para as Agências e vice-versa. Os pontos das agências ou estúdios criativos que inscreverem trabalhos em Craft não serão contabilizados para apurar a agência global do ano.

Caso a inscrição seja de uma Produtora que realizou a imagem e o som, terá que criar dois créditos de Empresa Principal, e selecionar o tipo de empresa para inscrever o mesmo projeto na subcategoria de Imagem e na subcategoria de Áudio, embora possa usar o mesmo nome de empresa e identificação fiscal. Com este procedimento a organização conseguirá identificar a melhor Produtora de imagem e melhor Produtora de som.

## **PONTUAÇÃO AGÊNCIAS DE MEIOS**

A distinção de Agência de Meios do Ano é atribuída apenas a empresas cuja atividade seja correspondente. Os pontos são contabilizados através das inscrições na categoria de Publicidade nas subcategorias de “Melhor Utilização de Meios em Publicidade”. Nestas subcategorias, as agências ou entidades que não sejam agências de meios são obrigadas a identificar o nome da agência de meios que participou no trabalho, desde que existam meios pagos envolvidos. Esta identificação deve ser feita nos Créditos de Empresas em Colaboração, e a pontuação ser-lhe-á atribuída, caso o trabalho seja premiado.

Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou estúdio ou outra empresa cuja atividade não seja a de meios, é eleita a empresa de meios com maior pontuação seguinte.

As agências de meios também podem inscrever os seus trabalhos, para além das subcategorias de “Melhor Utilização de Meios em Publicidade”, desde que sejam os autores da ideia.

## **ENVIO DE MATERIAIS**

Todas as peças físicas devem ser enviadas ou entregues em mão (Campo de Santa Clara, Mercado de Sta. Clara, Piso 1, 1100-472 Lisboa), Clube da Criatividade de Portugal ao cuidado de Ana Serrazina, identificado com o respetivo número de código da inscrição [ID].

**27º Festival CCP 2025**  
**A/C Ana Serrazina - CCP**  
Campo de Santa Clara,  
Mercado de Sta. Clara,  
Piso 1, 1100-472 Lisboa

**DATA DE ENTREGA DE TODAS AS PEÇAS FÍSICAS:**  
**5 a 9 DE MAIO DAS 10H ÀS 18H.**

**Para informações e apoio às inscrições enviem e-mail para:**  
**festivalccp@clubedacriatividade.pt**

**915 195 910** [LINHA DE APOIO]

IMPORTANTE:

**AO INSCREVERES O TEU TRABALHOS NO 27º CONCURSO CLUBE DA CRIATIVIDADE DE PORTUGAL 2025, ACEITAS AS REGRAS DESTE REGULAMENTO.**

[www.clubedacriatividade.pt](http://www.clubedacriatividade.pt)