

A PRIMEIRA QUALIDADE DA COMUNICAÇÃO É A EFICÁCIA

Bases de Participação 2010

6ª edição

Os Prémios à Eficácia nasceram da vontade de responder a uma necessidade comum do sector publicitário e do desejo de reconhecer a contribuição da comunicação para a consecução dos objectivos empresariais do anunciante. Impulsionados pela APAN - Associação Portuguesa de Anunciantes, a sua força radica na utilização eficaz e eficiente dos recursos de marketing. Para os anunciantes comunicar deve, acima de tudo, ser uma acção eficaz: dar-se a conhecer, valorizar a sua imagem, gerar contactos, vender, aumentar quota de mercado e tantos outros objectivos associados à comunicação das empresas. Desde a primeira ideia até ao último dos resultados, os Prémios à Eficácia avaliam detalhadamente as acções da comunicação: objectivos, estratégia, criação, realização, planeamento e por fim os resultados de facto alcançados.

Trata-se dos únicos prémios em Portugal que se centram e premeiam o trabalho conjunto de anunciantes e das suas agências tendo como base a eficácia medida e provada das suas campanhas de comunicação. Esta é uma oportunidade única de valorizar o papel primordial da comunicação, no sucesso das empresas e que conta com o apoio de todo o sector.

Podem concorrer aos Prémios à Eficácia 2010 todas as campanhas criadas e/ou veiculadas em Portugal de âmbito internacional, nacional ou local, qualquer que seja a técnica de comunicação utilizada. Devem ter sido difundidas por qualquer meio, entre o dia 1 de Janeiro de 2009 e 31 de Maio de 2010, ainda que o início da campanha ou acção de comunicação possa ser anterior a 1 de Janeiro de 2009.

As campanhas poderão estar em curso sempre e quando se tenham iniciado nas datas anteriormente assinaladas e se disponha de resultados suficientes para a sua avaliação.

Entender-se-á que uma campanha foi criada em Portugal quando a estratégia e a criatividade da mesma tenham sido desenvolvidas por equipas locais da agência e do anunciante, podendo ter utilizado elementos estratégicos ou criativos provenientes de outros países. No entanto, não poderão apresentar-se aos Prémios à Eficácia 2010 meras adaptações de campanhas criadas em outros países.

Podem também concorrer aos Prémios à Eficácia 2010 todas as campanhas veiculadas em Portugal cujo conceito original tenha sido criado fora de Portugal, com valor acrescentado por agência e anunciante locais e cuja demonstração justifique, face a análises comparativas internacionais, a sua eficácia no nosso país.

PERÍODO DE INSCRIÇÃO

De 5 de Maio (quarta-feira) a 30 de Junho (quarta-feira) de 2010.

Os Prémios à Eficácia 2010 são compostos por 11 categorias:

1. Alimentação e Bebidas
2. Saúde, Higiene e Beleza
3. Cuidado do Lar
4. Produtos de Consumo Duradouro
5. Telecomunicações e Media
6. Serviços Financeiros e Seguros
7. Distribuição e Restauração
8. Restantes Serviços e Administração Pública
9. Activação e Patrocínios
10. Comunicação Corporativa e B2B
11. Responsabilidade Social

O Júri poderá conceder um Prémio Ouro, um Prémio Prata e um Prémio Bronze, em cada uma das 11 categorias, ou não atribuir os prémios quando considerar oportuno.

O **Grande Prémio à Eficácia** será eleito entre todos os Prémios Ouro das onze categorias.

Detalhe das Categorias

	Categorias	Sector
1	Alimentação e Bebidas - Alimentação - Bebidas	Alimentação Óleos alimentares, Alimentos congelados, Alimentos frescos, Alimentos dietéticos e magros, Aperitivos, Cafés, Caldos, Sopas e pratos desidratados, Cereais, Arroz e legumes secos, Chocolates, Produtos de cacau, Conservas, Alimentação infantil, Bolachas, Padaria e pastelaria, Gelados, Sobremesas frescas, Sobremesas secas, Lácteos, Carnes, Infusões, Caramelos e guloseimas, Doces natalícios, Gorduras alimentares, Pastas alimentares, Queijos, Molhos, Alimentação animal, Vários Alimentação. Bebidas Águas, Aperitivos, Bebidas alcoólicas várias, Licores, Uísques, Conhaques e brandies, Vinhos, Espumosos e sidras, Cervejas, Bebidas isotónicas / energéticas, Refrigerantes, Sumos, Vários Bebidas.
2	Saúde, Higiene e Beleza - Saúde - Higiene - Beleza	Saúde, Higiene e Beleza Adelgaçantes, Colónias e Perfumes, Cuidados do corpo, Desodorizantes, Estética corporal, Maquilhagem, Produtos barbear, Higiene da boca, Higiene feminina, Depilatórios, Higiene dos pés, Higiene infantil, Sabões e gel, Tratamento de beleza facial, Produtos para o cabelo, Produtos solares, Complementos higiene, OTC's, Parafarmácia, Vários Saúde, Higiene e Beleza.
3	Cuidado do Lar - Limpeza - Lar	Limpeza Abrilhantadores, Ambientadores, Insecticidas, Lavagem de roupa, Detergentes, Amaciadores, Aditivos para lavagem, Lavagem louça, Produtos de limpeza, Limpeza de calçado, Utensílios de limpeza, Vários Limpeza.
4	Produtos de Consumo Duradouro - Automóvel e Transporte - Desporto e Tempo Livre - Electrodomésticos e mobiliário - Industrial, Materiais de Trabalho e Agro. - Objectos Pessoais - Têxtil e Vestuário - Construção - Equipamentos de Escritório e Comércio	Automóvel e Transporte Automóveis turismo, Motocicletas, Náutica, Pneumáticos, Veículos industriais, Aviões, Publicidade institucional a meios de transporte, Acessórios e manutenção automóvel, Vários Automóvel e Transporte. Desporto e Tempo Livre Artigos desportivos, Bricolage, Camping, Piscinas e equipamentos, Jogos e brinquedos, Videojogos e jogos de computador, Vários Desporto e Tempo Livre. Electrodomésticos e mobiliário Artesanato, Climatização, Grandes electrodomésticos, Pequenos electrodomésticos, Móveis, Embalagens domésticas, Celulose lar, Produtos infantis, Sistemas de segurança, Som, Televisão e vídeo, Vários Electrodomésticos de mobiliário. Industrial, Materiais de Trabalho e Agropecuária Baterias e acumuladores industriais, Tratamento e depuração de águas industriais, Vasilhas e embalagens industriais, Vários Industrial, Materiais de Trabalho e Agropecuária. Objectos Pessoais Instrumentos musicais, Fotografia, Óptica, Relojoaria e joalheria, Aparelhos telefónicos, Artigos de viagem, Vários Objectos Pessoais. Têxtil e Vestuário Calçado, Acessórios, Confecção exterior, Confecção interior, Confecção em pele, Fibras têxteis, Lãs e fios, Meias e peúgas, Roupas desportivas, Gangas, Tecidos, Têxteis lar, Vários Têxtil e Vestuário. Construção Materiais de construção, Saneamentos, Vários Construção. Equipamentos de Escritório e Comércio Informática, Máquinas de escritório, Material de escritório, Máquinas de comércio, Vários Equipamentos de Escritório e Comércio.

5	Telecomunicações e Media - Telecomunicações - Meios de Comunicação - Vários	Telecomunicações Operadores de telecomunicações Media Meios de comunicação
6	Serviços Financeiros e Seguros	Produtos e Serviços Financeiros e de Seguros Bancos e Caixas, Investimentos Financeiros, Cartões e Cheques, Seguros
7	Distribuição e Restauração - Distribuição - Restauração	Distribuição e Restauração Cadeias e lojas de distribuição, Grandes superfícies, Restauração, Venda à distância.
8	Restantes Serviços e Adm. Pública - Lotarias - Cultura e Educação - Energia - Serviços Públicos e Privados - Transporte, Viagens e Turismo - Publicidade - Construção - Administração Pública - Vários	Lotarias Jogos e apostas. Cultura e Educação Colecionáveis, Cursos completos, Produtos editoriais impressos, Edições multimédia, Produtos editoriais música, Editoriais vídeo, Educação, Arte e espectáculos. Energia Uso de energia doméstica e industrial, Combustível. Serviços Públicos e Privados Feiras e congressos, Serviços empresariais, Infra-estruturas. Transporte, Viagens e Turismo Transporte mercadoria, Serviço transporte passageiros, Aluguer de veículos, Viagens e turismo. Publicidade Agências de Publicidade, Prémios e certames. Construção Empresas imobiliárias. Administração Pública Campanhas de interesse público, Administrações Públicas, Corporações e Associações.
9	Activação e Patrocínios	Acções de marketing que gerem interação entre marca e consumidores criando conhecimento, aceitação e lealdade e ainda, campanhas destinadas a associar uma marca ou empresa a um evento com objectivos ligados à construção de marca ou vendas.
10	Comunicação Corporativa e B2B	Campanhas de comunicação de empresas ou instituições dirigidas a grupos de stakeholders internos e externos e que visem construir identidade corporativa, organizacional ou reputação. Campanhas de comunicação dirigidas a empresas.
11	Responsabilidade Social	Campanhas de empresas ou instituições de solidariedade ou ainda outras entidades sem fins lucrativos que desenvolvam ou promovam acções de responsabilidade social, criando valor para a sociedade e para elas próprias, através da sensibilização e mobilização da população.

PARTICIPAÇÃO

Para participar nos Prémios à Eficácia 2010 têm que se completar os passos que se detalham em “Procedimentos”.

A inscrição de cada caso é feita online em www.premioseficacia.org.

PROCEDIMENTOS

I. Candidatura

As campanhas terão que ser apresentadas em PowerPoint e Word. Ambos os documentos terão conteúdos semelhantes e deverão ser incluídos num CD-ROM compatível com PC Windows.

a) A incluir no CD-ROM

- Documento “Apresentação_MARCA” – apresentação do Caso em PowerPoint, onde se expõe o desenvolvimento da campanha, sendo livre o seu desenho/layout.
Nota: este é o documento que irá ser avaliado pelo Júri do Prémio.
- Documento “Apresentação_MARCA” – apresentação do Caso em Word, com conteúdo semelhante ao documento PowerPoint, num máximo de sete páginas A4 e com corpo de texto 12.
Nota: este é o documento que irá ser incluído no livro “Resultou”, onde serão publicados os casos Ouro, Prata e Bronze. O seu envio não é obrigatório na fase inicial, sendo apenas solicitado aos premiados.
- Documento “Resumo_MARCA” – breve descrição do Caso (150 palavras) e os objectivos atingidos.
Nota: este é o documento que irá ser incluído no site e na newsletter “Premiados”, a entregar na Gala.
- Pasta “Peças Gráficas” – incluir as peças gráficas, em formato jpg.
- Pasta “Peças Audiovisuais” – incluir os spots, em formato mpg.
- Pasta “Peças Áudio” – incluir as dats de rádio, em formato mp3.
- Pasta “Peças Diversas” – incluir as peças de eventos, marketing directo, marketing promocional, páginas web, interactivas, etc., em formato digital que guarde as características dos três pontos anteriores.
- Pasta “Logótipos e Imagens” – incluir logótipos do anunciante e da agência, 8 imagens representativas do caso concorrente, em alta resolução e qualidade suficiente para a sua impressão em papel.

No final da apresentação do caso, faça um quadro que resuma os objectivos fixados e os resultados alcançados

Entrega em mão ou envio por correio

- I CD-ROM com as Apresentações dos casos, as Peças e os Logótipos e Imagens, com conteúdos totalmente compatíveis com os standards Windows da Microsoft, devidamente etiquetados e contendo o nome do Anunciante, da Marca, do Produto e da Agência.
- I cheque à ordem de Grupo Consultores (caso seja esta a forma de pagamento)

Morada para entrega ou envio do CD-ROM e cheque.

Prémios à Eficácia 2010

Grupo Consultores

Jardins da Parede

Rua do Pinhal 178, piso térreo

2775-354 Parede

2. Condições de Inscrição (formulário a preencher online em www.premioseficacia.org)

Os direitos de inscrição de cada caso são de **1.450 € + IVA**.

O Júri não avaliará nenhum caso que não tenha pago os direitos de inscrição.

3. Certificação Conjunta (formulário a imprimir, preencher, carimbar e enviar por fax, disponível em www.premioseficacia.org).

Todos os casos deverão conter a autorização expressa e conjunta do anunciante e da agência.

4. Pedido de Confidencialidade (formulário a imprimir, preencher, carimbar e enviar por fax, disponível em www.premioseficacia.org).

Se algum dos elementos do caso for de carácter confidencial e a informação proporcionada for apenas para avaliação do júri, deverá indicar-se por escrito, indicando que aspectos da candidatura têm este carácter. O envio deste formulário é opcional.

b) A incluir no fax

- “Certificação Conjunta”, devidamente preenchido, assinado e carimbado pelas partes.
- “Pedido de Confidencialidade”, devidamente preenchido, assinado e carimbado pelas partes (opcional).
- Comprovativo de Transferência Bancária (caso seja esta a forma de pagamento).

Envio por fax

Prémios à Eficácia 2010

Grupo Consultores

Fax: 214 212 343.

5. Deveres recíprocos

Todas as pessoas que participam na organização dos Prémios à Eficácia, quer se tratem de colaboradores ou membros do júri estão obrigados ao dever de absoluta confidencialidade sobre toda a informação presente nos dossiers até ao momento da entrega dos prémios. Os candidatos garantem a veracidade de todas as informações fornecidas ou que podem vir a fornecer a pedido do júri.

6. Aceitação das regras

A participação nos Prémios à Eficácia implica aceitação plena das bases de participação do concurso e das decisões tomadas pelo júri.

7. Fotografia dos participantes

Pelo simples facto de participarem ou se inscreverem nos Prémios à Eficácia os participantes ou inscritos autorizam a organização a reproduzir graciosamente, unicamente para fins não comerciais, as fotografias em que figurem, no site e nas publicações da organização.

O JÚRI

O júri deverá considerar que o objectivo primeiro dos Prémios é o reconhecimento da contribuição específica da comunicação para o sucesso de um negócio; a sua missão é premiar a demonstração da eficácia reflectida no caso apresentado, razão pela qual o caso deverá ser suficientemente descritivo para poder explicar com clareza como a comunicação (entenda-se comunicação no seu sentido amplo como uma qualquer disciplina da comunicação ou utilização de meios) desenvolveu e produziu os seus efeitos.

Será composto por dez membros (profissionais mais destacados das agências de publicidade, agências de meios e empresas anunciantes) e por um Secretário (elemento do Grupo Consultores).

Um dos membros do júri será nomeado Presidente e todos contarão com a assistência do Secretário do Júri.