

Bases de participação Prémios à Eficácia 2005

Os Prémios à Eficácia nasceram com a vontade de responder a uma necessidade comum do sector publicitário, de um desejo de reconhecer a contribuição da comunicação para a consecução dos objectivos empresariais do anunciante. Impulsionados pela Associação Portuguesa de Anunciantes a sua força radica na explicação do processo: partem do objectivo do anunciante e da aceitação da agência em realizá-lo, e chegam até à consecução dos resultados obtidos. Trata-se dos primeiros galardões em Portugal que se centram em resultados conseguidos graças à acção da comunicação ou dos meios, seja notoriedade, vendas, ou outro tipo de rentabilidade que responda aos objectivos marcados previamente, situando a eficácia como autêntico fim da actividade publicitária.

Podem concorrer aos **Prémios à Eficácia 2005** todas aquelas campanhas criadas em Portugal de âmbito internacional, nacional ou local; qualquer que seja a técnica de comunicação comercial empregada. Devem ter sido difundidas por qualquer meio, entre o dia **1 de Janeiro de 2004** e **1 de Maio de 2005**; ainda que o início da campanha ou acção de comunicação **possa ser anterior** a 1 de Janeiro de 2003, **sempre e quando não se tenham apresentado a uma edição anterior** destes Prémios.

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 equipas locais da agência e do anunciante tenham desenvolvido a estratégia e a criatividade da mesma, podendo ter utilizado elementos estratégicos ou criativos provenientes de outros países. No entanto, não poderão apresentar-se aos **Prémios à Eficácia 2005** meras adaptações de campanhas criadas em outros países.

Prazo de Inscrição

O período para inscrever campanhas nos **Prémios à Eficácia 2005** estende-se desde o dia 1 de Abril ao dia 31 de Maio de 2005.

Áreas e Categorias

Os **Prémios à Eficácia 2005** estão divididos em duas áreas: **Eficácia Publicitária** e **Eficácia em Meios**.

Bases de participação Prémios à Eficácia 2005

Eficácia Publicitária

Está composta por seis categorias gerais e uma categoria específica.

O júri poderá conceder prémios de ouro, prata e bronze em cada uma das categorias ou não atribuir os prémios quando considerar oportuno. Entre todos os premiados com ouro na área da Eficácia Publicitária (tanto em categorias gerais como na específica) eleger-se-á o **Grande Prémio à Eficácia Publicitária**.

O júri terá a faculdade de destinar até duas menções especiais por méritos concretos de uma campanha.

Não obstante, o júri do certame reserva-se o direito de mudar as inscrições de categoria ou reclassificar as categorias estabelecidas, quando considerar oportuno.

Categorias Gerais

Produtos Grande Consumo A: Alimentação

Produtos Grande Consumo B: Resto Grande Consumo

Produtos de Consumo Duradouro

Serviços A: Telecomunicações

Serviços B: Restantes Serviços

Campanhas Sociais e Campanhas da Administração Pública

Troféus Ouro, Prata, Bronze (para cada categoria respectivamente)

Categoria Específica

Marketing Relacional (Marketing Directo, Marketing Promocional, Marketing Interactivo, Relações Públicas)

Troféus Ouro, Prata, Bronze

Troféu Grande Prémio Eficácia Publicitária (engloba Categorias Gerais e Categoria Específica)

Eficácia em Meios

Recolherá as campanhas inscritas nesta área. O júri poderá outorgar um máximo de três ouros, três pratas e três bronzes. Entre todos os premiados com ouro na área da Eficácia em Meios eleger-se-á o **Grande Prémio à Eficácia em Meios**. O júri terá a faculdade de destinar até duas menções especiais por méritos concretos de uma campanha. O júri do certame reserva-se o direito de agrupar as candidaturas organizando-as por *targets*, por escalões de investimento ou outros.

Troféus até três Ouros, até três Pratas, até três Bronzes

Troféu Grande Prémio Eficácia em Meios

1. Grande Consumo A:**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.

2. Grande Consumo B:**BEBIDAS:**

Águas, Aperitivos, Bebidas alcoólicas várias, Licores, Uísques, Conhaques e brandies, Vinhos, Espumosos e sidras, Cervejas, Bebidas isotónicas/energéticas, Refrigerantes, Sumos, Vários Bebidas.

BELEZA, HIGIENE e SAÚDE:

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, Analgésicos e anti-catarro, Parafarmácia, Vários Beleza e Higiene, Saúde.

LIMPEZA:

Abrilhantadores, Ambientadores, Insecticidas, Lavagem de roupa, Detergentes, Suavizantes, Aditivos para lavagem, Lavagem louça, Limpadores, Limpeza de calçado, Utensílios de limpeza, Vários Limpeza.

VÁRIOS**3. Produtos de Consumo Duradouro:****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.

LAR:

Artesanato, Climatização, Grandes electrodomésticos, Pequenos electrodomésticos, limpeza lar, Móveis, Embalagem doméstico, Celulose lar, Produtos infantis, Sistemas de segurança, Som, Televisão e vídeo, Vários lar.

DESPORTO E TEMPO LIVRE:

Artigos desportivos, Bricolage, Camping, Piscinas e equipamento, Jogos e brinquedos, Videojogos e jogos de computador, Vários Desporto e Tempo Livre.

INDUSTRIAL, MATERIAIS DE TRABALHO E AGROPECUÁRIA:

Baterias e acumuladores industriais, Tratamento depuração de águas industriais, Vasilhas e embalagens industriais, Vários Industrial e Materiais de Trabalho e Agropecuária.

OBJECTOS PESSOAIS:

Artigos fumador, Instrumentos musicais, Fotografia, Óptica, Relojoaria e joalheria, Aparelhos telefónicos, Artigos viagem e marroquinaria, Vários Objectos Pessoais.

TÊXTIL E VESTUÁRIO:

Calçado, Acessórios, Confeção exterior, Confeção interior, Confeção 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.

EQUIPAMENTO DE ESCRITÓRIO E COMÉRCIO:

Informática, Máquinas de escritório, Material de escritório, Máquinas comércio, Vários Equipamentos de Escritório e Comércio.

VÁRIOS

4. Serviços A:

TELECOMUNICAÇÕES:

Operadores de telecomunicações, Vários Telecomunicações.

MEIOS DE COMUNICAÇÃO:

Meios de Comunicação, Vários Meios de Comunicação.

5. Serviços B: Outros

FINANÇAS e SEGUROS:

Bancos e Caixas, Investimentos financeiros, Cartões e cheques, Seguros, Vários Finanças e Seguros.

LOTARIAS:

Jogos e apostas, Vários Lotarias.

CULTURA E EDUCAÇÃO:

Colecionáveis, Cursos completos, Produtos editoriais impressos, Edições multimédia, Produtos editoriais música, Editoriais vídeo, Educação, Arte e espectáculos, Vários Cultura e Educação.

DISTRIBUIÇÃO E RESTAURAÇÃO:

Cadeias e lojas de distribuição, Grandes superfícies, Restauração, Venda à distância, Vários Distribuição e Restauração.

ENERGIA:

Uso de energia doméstica e industrial, Carburantes, Vários Energia.

SERVIÇOS PÚBLICOS E PRIVADOS:

Feiras e congressos, Serviços empresariais, Infra-estruturas, Vários Serviços Públicos e Privados.

TRANSPORTE, VIAGENS E TURISMO:

Transporte mercadoria, Serviço transporte passageiros, Aluguer de veículos, Viagens e turismo, Vários Transporte, Viagens e Turismo.

PUBLICIDADE:

Agências de Publicidade, Prémios e certames, Vários Publicidade.

CONSTRUÇÃO:

Empresas imobiliárias, Vários Construção.

VÁRIOS

6. Campanhas Sociais e Campanhas das Administrações Públicas:

Campanhas de interesse público, Corporações e associações, Serviços públicos não lucrativos, ONG's, Campanhas das Administrações Públicas, Vários Campanhas Sociais e Campanhas das Administrações Públicas.

Participação:

Para participar nos **Prémios à Eficácia 2005** tem de completar os passos que se detalham de seguida.

Também pode consultar informação e fazer o download de toda a documentação necessária para participar em: <http://www.premioseficacia.org>.

1. Candidatura

As campanhas deverão ser apresentadas em PowerPoint (que será o que o júri avalia) e também se deverá incluir o texto escrito em Word (que servirá unicamente para a sua inclusão no Livro da Eficácia). Ambos os documentos terão conteúdos semelhantes e deverão ser incluídos num só CD-ROM compatível com PC Windows).

Os conteúdos desse CD-ROM, que serão entregues em **quadruplicado**, serão segundo segue:

1. Apresentação do Caso em PowerPoint onde se expõe o desenvolvimento da campanha, sendo livre o desenho da apresentação (este será o documento que será avaliado pelo júri).

2. Documento em Word, máximo de sete páginas A4, corpo de texto 12, que será o que se incluirá no Livro da Eficácia.

3. As peças gráficas, as audiovisuais e as de áudio deverão juntar-se no mesmo CD-ROM com as seguintes características técnicas:

. Os spots apresentar-se-ão em formato mpg, as peças gráficas em formato jpg, e as Dats de rádio em formato mp3.

. Peças de eventos, marketing directo, marketing promocional, páginas web, interactivos, etc., apresentar-se-ão em formato digital que guarde as características do ponto anterior.

. Para além disso dever-se-á incluir uma pasta dentro do mesmo CD-ROM com os seguintes ficheiros: logótipos do anunciante e da agência, e 8 imagens representativas do Caso concorrente. Todos os arquivos em alta resolução e qualidade suficiente para a sua impressão em papel.

. Tudo o que for incluído no CD-ROM deverá ser totalmente compatível com os standards Windows da Microsoft.

4. O CD-ROM original e seus correspondentes duplicados deverão ser devidamente etiquetados mostrando o nome do anunciante, a marca, o produto e a agência.

2. Direitos de Inscrição

Os Direitos de Inscrição para todas as áreas e categorias ascendem a **1.450 €** (IVA não incluído). No caso de campanhas cujo orçamento não tenha superado os **600.000 €** (incluindo total produção + meios + remuneração de agência para as categorias de Eficácia Publicitária ou o investimento a preços de tabela em meios para as categorias de Eficácia em Meios), o preço da Inscrição é de **930 €** (IVA não incluído).

O júri não avaliará nenhum caso que não tenha pago os Directos de Inscrição.

3. Certificação conjunta do Caso

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

4. Confidencialidade

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 Júri

Os componentes do júri serão eleitos entre os profissionais mais destacados do marketing e da publicidade. O júri será constituído por 8 membros e um secretário. Um dos membros do júri será nomeado Presidente.

O júri trabalhará em três fases:

1. Numa primeira fase são avaliados todos os casos inscritos e serão seleccionados os casos finalistas que devam passar à Short List.

O principal critério para aceder à segunda fase será que a eficácia tenha ficado suficientemente demonstrada, quer dizer, que o caso demonstre sem lugar a dúvidas que o efeito conseguido se deveu à comunicação ou ao efeito da acção em meios.

2. Numa segunda fase cada membro do júri analisará todos os casos incluídos na Short List.

3. Finalmente, e depois da avaliação por cada membro do júri de todos os casos, será celebrada a terceira reunião para a eleição do palmarés.

A eleição do **Grande Prémio à Eficácia Publicitária 2005** e do **Grande Prémio à Eficácia em Meios 2005** produzir-se-á mediante votação secreta de todos os membros do júri diante um notário que será o único que conhecerá o resultado da votação até ao dia da entrega de prémios. Se, por exigências de produção, for necessário conhecer o resultado da votação o notário poderá dá-lo a conhecer obtendo um compromisso de confidencialidade dos organizadores.

Todos os membros do júri comprometem-se a guardar confidencialidade sobre as deliberações, decisões e premiados resultantes das suas reuniões.

Vencedores

Os vencedores serão dados a conhecer na Gala de Entrega de Prémios, que terá lugar a **13 de Outubro de 2005** em Lisboa. No decurso da mesma ser-lhes-á entregue o Troféu ao qual se tenham candidatado.

Direitos

Salvo petição expressa de confidencialidade, os casos apresentados, sejam ou não vencedores, ficarão em poder da organização do certame, que se reserva o direito a publicá-los e utilizá-los com fins divulgativos, educativos e/ou de formação profissional.

A participação pressupõe a aceitação expressa das presentes bases de participação.