

## **Bases de Participação**

---

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 APAN - Associação Portuguesa de Anunciantes, a sua força radica na utilização eficaz e eficiente dos recursos de marketing. Desde a primeira ideia até ao último dos resultados, os Prémios à Eficácia avaliam detalhadamente as acções da comunicação: objectivos, estratégia, criação, realização, planificação e por fim os resultados de facto alcançados.

Trata-se dos primeiros prémios em Portugal que se centram em resultados conseguidos graças à acção da comunicação ou dos meios, em qualquer disciplina, seja notoriedade, vendas, ou outro tipo de rentabilidade, que responda aos objectivos previamente definidos, situando a eficácia como autêntico fim da actividade publicitária.

Podem concorrer aos Prémios à Eficácia 2009 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 2008 e 1 de Maio de 2009; ainda que o início da campanha ou acção de comunicação possa ser anterior a 1 de Janeiro de 2008.

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 2009 meras adaptações de campanhas criadas em outros países.

Podem também concorrer aos Prémios à Eficácia 2009 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 11 de Maio (segunda-feira) a 30 de Junho (terça-feira) de 2009.

Os Prémios à Eficácia premeiam os resultados obtidos, através da acção de comunicação, em qualquer disciplina ou utilização de meios, seja notoriedade, vendas ou outro tipo de rentabilidade, que corresponda aos objectivos previamente definidos.

## Os Prémios à Eficácia são compostos por sete categorias:

1. Consumo Alimentar
2. Consumo Não Alimentar
3. Telecomunicações e Media
4. Serviços Financeiros e Seguros
5. Restantes Serviços e Administração Pública
6. Marketing de Causas
7. Marketing Social

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

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

## Detalhe das Categorias

	Categorias	Sector
1	<p><b>Consumo Alimentar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alimentação</li> <li>- Bebidas</li> </ul>	<p><b>Alimentação</b> 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.</p> <p><b>Bebidas</b> Águas, Aperitivos, Bebidas alcoólicas várias, Licores, Uísques, Conhaques e brandies, Vinhos, Espumosos e sidras, Cervejas, Bebidas isotónicas / energéticas, Refrigerantes, Sumos, Vários Bebidas.</p>
2	<p><b>Consumo Não Alimentar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beleza, Higiene e Saúde</li> <li>- Limpeza</li> <li>- Automóvel e Transporte</li> <li>- Lar</li> <li>- Desporto e Tempo Livre</li> <li>- Industrial, Materiais de Trabalho e Agro.</li> <li>- Objectos Pessoais</li> <li>- Têxtil e Vestuário</li> <li>- Construção</li> <li>- Equipamentos de Escritório e Comércio</li> </ul>	<p><b>Beleza, Higiene e Saúde</b> 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 Beleza e Higiene, Saúde, Vários Beleza, Higiene e Saúde.</p> <p><b>Limpeza</b> Abrilhantadores, Ambientadores, Insecticidas, Lavagem de roupa, Detergentes, Amaciadores, Aditivos para lavagem, Lavagem louça, Limpadores, Limpeza de calçado, Utensílios de limpeza, Vários Limpeza.</p> <p><b>Automóvel e Transporte</b> Automóveis turismo, Motocicletas, Náutica, Pneumáticos, Veículos industriais, Aviões, Publicidade institucional a meios de transporte, Acessórios e manutenção automóvel, Vários Automóvel e Transporte.</p> <p><b>Lar</b> Artesanato, Climatização, Grandes electrodomésticos, Pequenos electrodomésticos, Limpeza lar, Móveis, Embalagem doméstico, Celulose lar, Produtos infantis, Sistemas de segurança, Som, Televisão e vídeo, Vários Lar.</p> <p><b>Desporto e Tempo Livre</b> Artigos desportivos, Bricolage, Camping, Piscinas e equipamentos, Jogos e brinquedos, Videojogos e jogos de computador, Vários Desporto e Tempo Livre.</p> <p><b>Industrial, Materiais de Trabalho e Agropecuária</b> Baterias e acumuladores industriais, Tratamento e depuração de águas industriais, Vasilhas e embalagens industriais, Vários Industrial, Materiais de Trabalho e Agropecuária.</p> <p><b>Objectos Pessoais</b> Instrumentos musicais, Fotografia, Óptica, Relojoaria e joalheria, Aparelhos telefónicos, Artigos de viagem, Vários Objectos Pessoais.</p> <p><b>Têxtil e Vestuário</b> 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.</p> <p><b>Construção</b> Materiais de construção, Saneamentos, Vários Construção.</p> <p><b>Equipamentos de Escritório e Comércio</b> Informática, Máquinas de escritório, Material de escritório, Máquinas de comércio, Vários Equipamentos de Escritório e Comércio.</p>

	<b>Categorias</b>	<b>Sector</b>
<b>3</b>	<b>Telecomunicações e Media</b> - Telecomunicações - Meios de Comunicação - Vários	<b>Telecomunicações</b> Operadores de telecomunicações.  <b>Media</b> Meios de Comunicação.
<b>4</b>	<b>Serviços Financeiros e de Seguros</b>	<b>Produtos e Serviços Financeiros e de Seguros</b> Bancos e Caixas, Investimentos Financeiros, Cartões e Cheques, Seguros.
<b>5</b>	<b>Restantes Serviços e Adm. Pública</b> - Lotarias - Cultura e Educação - Distribuição e Restauração - Energia - Serviços Públicos e Privados - Transporte, Viagens e Turismo - Publicidade - Construção - Administração Pública - Vários	<b>Lotarias</b> Jogos e apostas.  <b>Cultura e Educação</b> Colecionáveis, Cursos completos, Produtos editoriais impressos, Edições multimédia, Produtos editoriais música, Editoriais vídeo, Educação, Arte e espectáculos.  <b>Distribuição e Restauração</b> Cadeias e lojas de distribuição, Grandes superfícies, Restauração, Venda à distância.  <b>Energia</b> Uso de energia doméstica e industrial, Carburante.  <b>Serviços Públicos e Privados</b> Feiras e congressos, Serviços empresariais, Infra-estruturas.  <b>Transporte, Viagens e Turismo</b> Transporte mercadoria, Serviço transporte passageiros, Aluguer de veículos, Viagens e turismo.  <b>Publicidade</b> Agências de Publicidade, Prémios e certames.  <b>Construção</b> Empresas imobiliárias.  <b>Administração Pública</b> Campanhas de interesse público, Administrações Públicas, Corporações e Associações.
<b>6</b>	<b>Marketing de Causas</b>	Campanhas de empresas que tenham desenvolvido intervenções de responsabilidade social de forma efectiva e sustentável, criando valor para a sociedade e para elas próprias, através da sensibilização e mobilização da população.
<b>7</b>	<b>Marketing Social</b>	Campanhas de instituições de solidariedade ou outras entidades, sem fins lucrativos, que promovam as suas próprias campanhas de Responsabilidade Social.

## PARTICIPAÇÃO

Para participar nos Prémios à Eficácia 2009 têm que se completar os passos que se detalham em “Procedimentos”.

A inscrição de cada caso é feita online em [www.premioseficacia.org](http://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 premiados. O seu envio não é obrigatório na fase inicial, sendo apenas solicitado aos finalistas do Prémio.
- 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, onde serão publicados os casos premiados. O seu envio não é obrigatório na fase inicial, sendo apenas solicitado aos finalistas do Prémio.
- 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.

Entrega em mão ou envio por correio

- 2 CD-ROM (original + 1 cópia) 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.
- 1 cheque à ordem de Grupo Consultores (caso seja esta a forma de pagamento)

Morada para entrega ou envio dos 2 CD-ROM e cheque.

**Prémios à Eficácia 2009**

Grupo Consultores  
Jardins da Parede  
Rua do Pinhal 178, 2º  
2775-354 Parede

**2. Condições de Inscrição** (formulário a preencher online em [www.premioseficacia.org](http://www.premioseficacia.org))

Os direitos de inscrição de cada caso são de **1.350 € + 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](http://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](http://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**

- Formulário “Certificação Conjunta”, devidamente preenchido, assinado e carimbado pelas partes.
- Formulário “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 2009**

Grupo Consultores

Fax: 214 212 343.

## 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.