XV EFICÁCIA
PRÉMIOS À EFICÁCIA DA COMUNICAÇÃO

PATROCINA

ORGANIZA

Bases de Participação

PRÉMIOS À EFICÁCIA DA COMUNICAÇÃO 2019 **15ª edição**

A PRIMEIRA QUALIDADE DA COMUNICAÇÃO É A EFICÁCIA

Os Prémios à Eficácia da Comunicação 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 ação 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 Eficácia avaliam detalhadamente as ações 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 Eficácia 2019 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 2018 e 31 de maio de 2019, ainda que o início da campanha ou ação de comunicação seja anterior a 1 de janeiro de 2018 e/ou o fim posterior a 31 de maio de 2019. 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 Eficácia 2019 meras adaptações de campanhas criadas em outros países.

Podem também concorrer aos Prémios Eficácia 2019 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 9 de maio (quinta-feira) a 28 de junho (sexta-feira) de 2019**.**

Os Prémios à Eficácia da Comunicação 2019 são compostos por 16 categorias:

1. Alimentação e Bebidas
2. Saúde, Higiene, Beleza e Cuidado do Lar
3. Produtos de Consumo Duradouro
4. Telecomunicações e Media
5. Serviços Financeiros e Seguros
6. Distribuição e Restauração
7. Transportes, Viagens e Turismo
8. Restantes Serviços e Administração Pública
9. Novos Produtos e Serviços
10. Ativação e Patrocínios
11. Comunicação Institucional
12. Comunicação Tática
13. Utilização criativa de meios
14. Envolvimento de Comunidades
15. Low Budget
16. A Força do Bem

O Júri atribuirá um Prémio Ouro, um Prémio Prata e um Prémio Bronze, em cada uma das 16 categorias.

Cada caso premiado receberá dois troféus: 1 para o anunciante e 1 para a agência. Entre os casos premiados, caso existam mais do que duas entidades envolvidas na candidatura que desejem possuir um exemplar do troféu, deverão contactar a organização, após a gala, para aquisição do mesmo.

Cada caso premiado com Ouro, Prata ou Bronze receberá um selo correspondente, que os vencedores poderão utilizar na sua comunicação corporativa.

Grande Prémio Eficácia

O Grande Prémio será eleito entre todos os Prémios Ouro das 16 categorias.
A votação deste prémio será feita pelos jurados no final da última reunião e de forma secreta.

Prémio Agências do Ano

Depois de se conhecer o vencedor do Grande Prémio Eficácia serão entregues os Prémios Agências do Ano. Estes reconhecimentos entregar-se-ão à agência criativa e à agência de meios mais premiada da presente edição dos Prémios Eficácia, de acordo com a seguinte classificação:

Prémio Ouro	4 pontos
Prémio Prata	3 pontos
Prémio Bronze	2 pontos
Finalista	1 ponto
Grande Prémio	2 pontos

Será entregue 1 troféu a cada uma das Agências do Ano.

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, Beleza e Cuidado do Lar** - Saúde - Higiene - Beleza - Limpeza - Lar	**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. **Cuidado do Lar** Abrilhantadores, Ambientadores, Insecticidas, Lavagem de roupa, Detergentes, Amaciadores, Aditivos para lavagem, Lavagem louça, Produtos de limpeza, Limpeza de calçado, Utensílios de limpeza, Vários Limpeza e Lar.
3	**Produtos de Consumo Duradouro** - Automóvel e Transporte - Desporto e Tempo Livre - Electrodomésticos e Mobiliário - Industrial, Materiais de Trabalho e Agro. - Objetos 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. **Objetos Pessoais** Instrumentos musicais, Fotografia, Óptica, Relojoaria e Joalharia, Aparelhos telefónicos, Artigos de viagem, Vários Objetos 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.

4	**Telecomunicações e Media** - Telecomunicações - Meios de Comunicação - Vários	**Telecomunicações** Operadores de telecomunicações. **Media** Meios de comunicação.
5	**Serviços Financeiros e Seguros**	**Produtos e Serviços Financeiros e de Seguros** Bancos e Caixas, Investimentos Financeiros, Cartões e Cheques, Seguros.
6	**Distribuição e Restauração** - Distribuição - Restauração	**Distribuição e Restauração** Cadeias e Lojas de distribuição, Grandes superfícies, Restauração, Venda à distância.
7	**Transportes, Viagens e Turismo**	**Transporte, Viagens e Turismo** Transporte mercadoria, Serviço transporte passageiros, Aluguer de veículos, Viagens e turismo.
8	**Restantes Serviços e Adm. Pública** - Lotarias - Cultura e Educação - Energia - Serviços Públicos e Privados - 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 espetáculos. **Energia** Uso de energia doméstica e industrial, Combustível. **Serviços Públicos e Privados** Feiras e Congressos, Serviços empresariais, Infraestruturas. **Publicidade** Agências de Publicidade, Prémios e Certames. **Construção** Empresas imobiliárias. **Administração Pública** Campanhas de interesse público, Administrações Públicas, Corporações e Associações.
9	**Novos Produtos e Serviços**	Comunicação executada com o objetivo de introduzir um novo produto ou serviço.
10	**Ativação e Patrocínios**	Ações de marketing que geram 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.
11	**Comunicação Institucional**	Programas de Marketing, Comunicação e Conselho em Relações Públicas destinados a contribuir para a Imagem e a Reputação de empresas e outras instituições com recurso exclusivo (ou predominante) a meios próprios e/ou a assessoria mediática. Ações em que as instituições protagonistas têm grande interesse em captar atenções ou *goodwill*.
12	**Comunicação Tática**	Eficácia de uma ação tática que tenha utilizado uma ou mais formas de comunicação comercial, publicidade convencional, patrocínio, eventos, marketing direto, marketing promocional, relações públicas, marketing móvel, redes sociais, SEO, SEM, ou outra. O júri valorizará as ações que se tenham aproveitado de uma determinada circunstância ou de uma oportunidade alheia à marca. A demonstração da eficácia da comunicação de um produto ou serviço, através de uma ação de comunicação pontual e concreta, e num determinado momento. Valorizam-se especialmente as ações que tenham aproveitado um acontecimento relevante, demonstrando o seu oportunismo no aproveitamento do ambiente social e cultural.
13	**Utilização criativa de meios**	Ações de comunicação que fazem uma utilização inovadora dos meios de comunicação existentes, tanto tradicionais como emergentes. Será valorizada a inovação ao nível da seleção dos meios e utilização dos suportes como forma de veicular a mensagem e alcançar os objetivos definidos pela empresa anunciante.

14	**Envolvimento de Comunidades**	Ações de comunicação que visam a construção e gestão de comunidades eficazes, verdadeiramente envolvidas com as marcas. Estas ações podem ser conteúdos, experiências, plataformas ou notícias que fazem as suas comunidades crescer, envolverem-se, partilharem, agirem e/ou amplificarem mensagens diretamente relacionadas com os objetivos da marca e que foram muito importantes para o seu desenvolvimento.
15	**Low Budget**	Campanhas de comunicação com custo de execução inferior a 10'000 €, com custos produção incluídos.
16	**A Força do Bem**	Esta categoria celebra os esforços de comunicação de marcas ou instituições de solidariedade que combinem de forma eficaz, objetivos de negócio com causas sociais, ambientais ou culturais e que tenham conseguido ligar essas causas à estratégia global de marca, com impacto positivo na sociedade e no negócio.

Relativamente às categorias sectoriais (categorias 1 a 8), a organização reserva-se o direito de agregar duas ou mais categorias numa única, bem como criar novas categorias através da desagregação de subsectores, em função do número de casos inscritos.

PARTICIPAÇÃO

Para participar nos Prémios à Eficácia da Comunicação 2019 têm que se completar os passos que se detalham em "Procedimentos".
A inscrição de cada caso é feita online em www.premioseficacia.org.

PROCEDIMENTOS

1. Candidatura

A candidatura terá de ser apresentadas em PowerPoint ou PDF, incluída numa PEN USB compatível com Windows ou enviada eletronicamente através de plataforma de envio de ficheiros (por exemplo: Dropbox, WeTransfer, Hightail, Cloud, etc.).

Nos documentos enviados, incluir:

- Documento "Apresentação_MARCA" – apresentação do Caso em PowerPoint ou em PDF, onde se expõe o desenvolvimento da campanha, sendo livre o seu desenho/layout.

  O caso em Powerpoint ou PDF não pode conter mais de 60 diapositivos.

  Nota: este é o documento que irá ser avaliado pelo Júri dos Prémios.
- Documento "Resumo_MARCA" – breve descrição do Caso (100 palavras) e os objectivos atingidos.

  Nota: este é o texto que será projetado na Gala e incluído na *newsletter* entregue à saída da mesma.
- 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 direto, marketing promocional, páginas web, interativas, etc., em formato digital que guarde as características dos três pontos anteriores.
- Pasta "Logótipos e Imagens" – incluir logótipos do anunciante e da(s) agência(s), imagens representativas do caso concorrente, em alta resolução (300 dpi) e qualidade suficiente para a sua impressão em papel.

2. Condições de Inscrição (formulário a preencher online em www.premioseficacia.org)
Os direitos de inscrição de cada caso têm o valor de **1.450 € + IVA.**
Os casos podem ser inscritos em mais do que uma categoria; nestes casos deverão fornecer dossiês separados por forma a melhor explicaram a sua candidatura nas categorias adicionais. A segunda inscrição e seguintes, do mesmo caso, terão um desconto de 50% no preço unitário. É imprescindível o preenchimento de um formulário "Condições de Inscrição" por cada caso.
O Júri não avaliará nenhum caso que não tenha pago os direitos de inscrição.

3. Certificação Conjunta (preencher e enviar juntamente com o caso, disponível em www.premioseficacia.org).
Todos os casos deverão conter a autorização expressa e conjunta do anunciante e da agência.

4. Pedido de Confidencialidade (preencher e enviar juntamente com o caso, 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.

5. Questionário Prémios Eficácia (preencher e enviar juntamente com o caso, disponível em www.premioseficacia.org).
O Júri não terá acesso a esta informação e não será utilizada para a atribuição de prémios. A informação que providenciar neste questionário será trabalhada confidencialmente ao abrigo do Acordo de Confidencialidade assinado entre o IPAM, a APAN e a Exoticology. Os dados serão trabalhados estatisticamente e em nenhum caso serão identificados os profissionais que preencheram o questionário ou as empresas às quais os dados dizem respeito.

6. Pagamento (enviar o comprovativo da transferência bancária ou cheque)
O pagamento de cada caso deve ser feito de forma integral por uma única entidade/empresa.
Morada para entrega da PEN USB e cheque.
Prémios à Eficácia da Comunicação 2019 – Exoticology, Lda
Rua de São José, 2
7330-328 São Salvador da Aramenha

7. Deveres recíprocos
Todas as pessoas que participam na organização dos Prémios Eficácia, quer se tratem de colaboradores ou membros do júri estão obrigados ao dever de absoluta confidencialidade sobre toda a informação presente nos dossiês 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.

8. Deontologia

Caso se verifique que uma campanha tenha sido condenada pela regulação ou auto-regulação, o respectivo caso será desclassificado. Até à última votação do júri, será assumido o princípio de presunção de inocência.

9. Aceitação das regras

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

10. Fotografias dos participantes

Pelo simples facto de participarem, os candidatos autorizam os Prémios à Eficácia a reproduzir e publicar gratuitamente os casos (imagens e todos os elementos e dados que compões o caso) para fins educativos e/ou comunicação não comercial, salvaguardando sempre o pedido de confidencialidade dos candidatos, que consta nas presentes Bases de Participação.

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 doze elementos (destacados profissionais das agências, das empresas anunciantes, do meio académico e dos estudos de mercado) e por um secretário.

Um dos membros do júri será nomeado presidente e todos contarão com a assistência do secretário do júri.