

## **Bases de Participação Prémios à Eficácia 2007**

---

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 publicitárias: 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, 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 2007** todas as campanhas criadas e/ou veiculadas em Portugal de âmbito internacional, nacional ou local; qualquer que seja a técnica de comunicação comercial utilizada. Devem ter sido difundidas por qualquer meio, entre o dia **1 de Janeiro de 2006** e **1 de Maio de 2007**; ainda que o início da campanha ou acção de comunicação **possa ser anterior** a 1 de Janeiro de 2006.

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 2007** meras adaptações de campanhas criadas em outros países.

Podem também concorrer aos **Prémios à Eficácia 2007** 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.

### **Prazo de Inscrição**

O período para inscrever campanhas nos **Prémios à Eficácia 2007** estende-se desde o dia **24 de Maio** ao dia **30 de Junho de 2007**.

## **Áreas e Categorias**

Os **Prémios à Eficácia 2007** estão divididos em três áreas:

**Eficácia Publicitária, Eficácia em Meios e Eficácia em Responsabilidade Social.**

### **Eficácia Publicitária**

Premeia os resultados conseguidos, graças à acção de comunicação, em qualquer disciplina, seja notoriedade, vendas ou outro tipo de rentabilidade, que corresponda aos objectivos previamente definidos.

É composta por cinco categorias.

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 eleger-se-á o **Grande Prémio à Eficácia Publicitária**.

O júri não poderá conceder mais do que um prémio de ouro, um prémio de prata e um prémio de bronze em cada uma das categorias.

### **Categorias de Eficácia Publicitária**

Produtos Grande Consumo Alimentar

Produtos Grande Consumo Não Alimentar

Serviços de Telecomunicações e Media

Finanças e Seguros

Restantes Serviços e Administração Pública

**Troféus até I Ouro, até I Prata e até I Bronze** (para cada categoria respectivamente)

**Troféu Grande Prémio Eficácia Publicitária** (seleccionado entre todos os ouros)

## **Eficácia em Meios**

Premeia o efeito e a rentabilidade do investimento em meios, devendo ser isoladas as restantes variáveis, tratando de valorizar a rentabilidade e o retorno de uma determinada actuação 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**.

Caso o Júri decida fazer a divisão dos casos por 3 categorias, este não poderá conceder mais do que um prémio de ouro, um prémio de prata e um prémio de bronze em cada uma das categorias. Caso o Júri entenda não dividir os casos de Meios por categorias, poderá atribuir até um máximo de 3 Ouros, 3 Pratas e 3 Bronzes.

## **Troféus até 3 Ouros, até 3 Pratas e até 3 Bronzes**

**Troféu Grande Prémio Eficácia em Meios** (seleccionado entre todos os ouros)

## **Eficácia em Responsabilidade Social**

Premeia as campanhas desenvolvidas por marcas, instituições de solidariedade ou outras instituições, que tenham contribuído para a sensibilização e mobilização da população para causas sem fins unicamente comerciais.

A Eficácia em Responsabilidade Social é composta por duas categorias.

O júri poderá conceder prémios de ouro, prata e bronze em cada uma das categorias ou não atribuir os prémios quando considerar oportuno. O júri não poderá conceder mais do que um prémio de ouro, um prémio de prata e um prémio de bronze em cada uma das duas categorias.

## **Prémio Especial à Melhor Utilização de Investigação**

Será atribuído um troféu de ouro ao caso que se distinga dos demais por explicar a melhor utilização ou aplicação das ferramentas de investigação para a demonstração da eficácia. Todos os casos inscritos – em todas as categorias – concorrem (sem custo adicional) ao Prémio Especial à Melhor Utilização de Investigação.

O júri reserva-se o direito de modificar as inscrições de categoria.

## Detalhe das Categorias de Eficácia Publicitária:

	<b>Categorias</b>	<b>Sector</b>
1	<b>Consumo Alimentar:</b> Alimentação Bebidas	<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. <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.
2	<b>Consumo Não Alimentar:</b> Beleza, Higiene e Saúde Limpeza Automóvel e Transporte Lar Desporto e Tempo Livre Industrial, Materiais de Trabalho e Agr. Objectos Pessoais Têxtil e Vestuário Construção Equipamentos de Escritório e Comércio Vários	<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. <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. <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. <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. <b>Desporto e Tempo Livre:</b> Artigos desportivos, Bricolage, Camping, Piscinas e equipamento, Jogos e brinquedos, Videojogos e jogos de computador, Vários Desporto e Tempo Livre. <b>Industrial, Materiais de Trabalho e Agropecuária:</b> Baterias e acumuladores industriais, Tratamento depuração de águas industriais, Vasilhas e embalagens industriais, Vários Industrial e Materiais de Trabalho e Agro-pecuária. <b>Objectos Pessoais:</b> Instrumentos musicais, Fotografia, Óptica, Relojoaria e joalharia, Aparelhos telefónicos, Artigos viagem e marroquinaria, Vários Objectos Pessoais <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. <b>Construção:</b> Materiais de construção, Saneamentos, Vários Construção. <b>Equipamentos de Escritório e Comércio:</b> Informática, Máquinas de escritório, Material de escritório, Máquinas comércio, Vários Equipamentos de Escritório e Comércio.

		<b>Vários</b>
<b>3</b>	<b>Telecomunicações e Media:</b> Telecomunicações Meios de Comunicação	<b>Telecomunicações:</b> Operadores de telecomunicações, Vários Telecomunicações. <b>Meios de Comunicação:</b> Meios de Comunicação, Vários Meios de Comunicação.
<b>4</b>	<b>Serviços Financeiros e Seguros</b>	<b>Serviços Financeiros e Seguros:</b> Bancos e Caixas, Investimentos financeiros, Cartões e cheques, Seguros, Vários Finanças e Seguros.
<b>5</b>	<b>Restantes Serviços e Administração 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, Vários Lotarias. <b>Cultura e Educação:</b> Colecionáveis, Cursos completos, Produtos editoriais impressos, Edições multimédia, Produtos editoriais música, Editoriais vídeo, Educação, Arte e espectáculos, Vários Cultura e Educação. <b>Distribuição e Restauração:</b> Cadeias e lojas de distribuição, Grandes superfícies, Restauração, Venda à distância, Vários Distribuição e Restauração. <b>Energia:</b> Uso de energia doméstica e industrial, Carburantes, Vários Energia. <b>Serviços Públicos e Privados:</b> Feiras e congressos, Serviços empresariais, Infra-estruturas, Vários Serviços Públicos e Privados. <b>Transporte, Viagens e Turismo:</b> Transporte mercadoria, Serviço transporte passageiros, Aluguer de veículos, Viagens e turismo, Vários Transporte, Viagens e Turismo. <b>Publicidade:</b> Agências de Publicidade, Prémios e certames, Vários Publicidade. <b>Construção:</b> Empresas imobiliárias, Vários Construção. <b>Administração Pública:</b> Campanhas de interesse público, Administrações Públicas, Corporações e Associações. <b>Vários</b>

## Detalhe das Categorias de Eficácia em Responsabilidade Social:

	<b>Categorias</b>	<b>Actividade</b>
<b>1</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>2</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 2007** têm que se completar os passos que se detalham de seguida.

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

## I. 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 **duplicado**, serão segundo segue:

- a) 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).
- b) Documento em Word, máximo de sete páginas A4, corpo de texto 12, que será o que se incluirá no Livro da Eficácia.
- c) 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, interactivas, 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.
- d) 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 **1.200 €** (IVA não incluído).

O júri não avaliará nenhum caso que não tenha pago os Direitos 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 10 membros e um secretário. Um dos membros do júri será nomeado Presidente e todos contarão com a assistência do Secretário do Júri.