

PATROCINA



ORGANIZA



Bases de Participação

PRÉMIOS À EFICÁCIA DA COMUNICAÇÃO 2011

7ª 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 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 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 Eficácia 2011 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 2010 e 31 de Maio de 2011, ainda que o início da campanha ou acção de comunicação seja anterior a 1 de Janeiro de 2010 e/ou o fim posterior a 31 de Maio de 2011.

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 2011 meras adaptações de campanhas criadas em outros países.

Podem também concorrer aos Prémios Eficácia 2011 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 12 de Maio (quinta-feira) a 30 de Junho (quinta-feira) de 2011.

Os Prémios à Eficácia da Comunicação 2011 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.

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

Grande Prémio Eficácia

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

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

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 e Lar.
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 interacção 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 da Comunicação 2011 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, imagens com 300 dpi, gráficos em formato original com título e fonte.

Nota: este é o documento que irá ser incluído no livro “Resultou”, onde serão publicados os casos premiados (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* entregue à saída da 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 (300 dpi) e qualidade suficiente para a sua impressão em papel.

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 da Comunicação 2011

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 da Comunicação 2011

Grupo Consultores

Fax: 214 212 343.

5. 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 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 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 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 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.