

regulamento

...ada uma capacidade humana de grande valor universal, tudo indica que nesta competência reside a história "RAM" biológica para o impulso da evolução humana. O que melhor descreve a criatividade é o que Sanchez (2003) referiu

Ve lhos apontamentos: a criatividade é uma sublime dimensão da condição humana. É, entretanto, na capacidade criativa que existe a chave da capacidade de evolução da humanidade. O mérito da expressão criativa é fruto da "complexidade", ou seja, é fruto do contexto social no seu desenvolvimento natural e humano. É muito interessante contemplar os efeitos provenientes deste construto a considerar a capacidade de um indivíduo criativo construir e reconstruir, transformar e reconstruir a realidade. É consensual e gratificante perceber que todos temos a capacidade criativa, e que ela deve ser melhor desenvolvida.

Há quem defenda que a criatividade produz-se por meio da interação entre os pensamentos de uma pessoa e um contexto

creative jam

Festival CCP



Isto não é para os Velhos

VI Semana Criativa de Lisboa



O FESTIVAL DO CCP XX

O Festival de Criatividade do CCP é reconhecido como o mais abrangente e prestigiado evento do setor, promovendo a excelência criativa da comunicação comercial nacional nas categorias de Projeto Integrado, Publicidade, Marketing Relacional, Design, Digital e Interativa, Eventos e Ativação, Meios, Relações Públicas e Craft.



P RÉM IO S ADC*E

O CCP é membro do Art Directors Club of Europe, o que garante que todos os trabalhos premiados no CCP possam concorrer aos ADC*E Awards.

<http://www.adceurope.org>

Os trabalhos premiados com Ouro ficam isentos de inscrição, enquanto que os trabalhos premiados com Prata e Bronze podem participar mediante o pagamento valor de inscrição com desconto.

Cabe aos premiados a realização das suas inscrições e o envio do material.

Esta é uma oportunidade para os projetos nacionais serem avaliados e prestigiados internacionalmente, com possibilidade de pontuar na escala do Gunn Report. <http://www.gunnreport.com>

DATAS IMPORTANTES

Abertura das inscrições: 6 de Março 2018

Fecho das inscrições: 24 de Abril 2018 até às 24h00

Votações presenciais: 8, 9 e 10 Maio de 2018

Gala Entrega de Prémios : 19 de Maio 2018



CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO

- 1 ABRANGÊNCIA 5
- 2 NATUREZA COMERCIAL 5
- 3 VEICULAÇÃO 5
- 4 VERDADE, PROPRIEDADE E AUTORIZAÇÃO 6
- 5 INSCRIÇÕES E IMPEDIMENTOS EM VOTAÇÃO PARA ATRIBUIÇÃO DE GRANDE PRÉMIO 6

JÚRI

JÚRIS DO XX FESTIVAL CCP 7

VOTAÇÃO

PROCESSO DE VOTAÇÃO 8

GRANDES PRÉMIOS

GRANDE PRÉMIO CCP 9
GRANDE PRÉMIO PARA O BEM 9
GRANDE PRÉMIO DOS JORNALISTAS 9

PRÉMIOS

PRÉMIOS CRAFT 10

PROCESSO DE INSCRIÇÃO

INSCRIÇÃO ONLINE 12

PAGAMENTO

VALOR DAS INSCRIÇÕES 13

DESCONTOS

QUANTIDADE 13
SÓCIOS COLETIVOS 13
INDIES 13
FORMAS DE PAGAMENTO 14

ENVIO DE MATERIAIS INSCRITOS

15

CATEGORIAS

- 1 PROJETO INTEGRADO 16
- 2 PUBLICIDADE 16
- 3 MARKETING RELACIONAL 17
- 4 DESIGN 18
- 5 DIGITAL E INTERATIVA 20
- 6 EVENTOS E ATIVAÇÃO DE MARCA 21
- 7 MEIOS 23
- 8 RELAÇÕES PÚBLICAS 24
- 9 CRAFT 25

INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS

REGRAS GERAIS DE INSCRIÇÃO PARA TODAS AS CATEGORIAS 27
MATERIAIS A ENVIAR PARA TODAS AS CATEGORIAS 28



CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO

1 ABRANGÊNCIA

O Festival é aberto a todos os envolvidos nos processos de comunicação comercial em Portugal: agências de comunicação, profissionais de comunicação independentes, agências de meios, produtoras, etc.

Não podem concorrer empresas não registadas em Portugal.

2 NATUREZA COMERCIAL

Todo o material inscrito deve resultar de uma normal relação contratual e comercial entre uma entidade anunciante e agências de comunicação, profissionais de comunicação independentes, agências de meios, produtoras, etc., exceto no caso de campanhas pro-bono/causas sociais ou de autopromoção.

Os trabalhos causas sociais e autopromoção têm regras específicas:

- São avaliados e premiados mas não contam para a pontuação do Grande Prémio;
- Devem apenas ser inscritos nas categorias adequadas sob pena de desclassificação.

Um trabalho de Causa Social/Pro bono define-se como um projeto voluntário por iniciativa de agência ou anunciante realizado sem ter existido uma troca comercial entre as partes, e/ ou qualquer projeto cujos fins não sejam lucrativos. Todos os trabalhos inscritos em Causas Sociais não podem ser inscritos noutras categorias. Caso a organização e o Júri determine que um trabalho inscrito, seja Causas Sociais, têm o direito de transferir o trabalho para esta categoria, dando o conhecimento e solicitando a autorização da entidade que realizou a inscrição. Dando o conhecimento e solicitando a autorização da entidade que realizou a inscrição. Uma campanha de Autopromoção é qualquer iniciativa inscrita e que tenha sido realizada com o objetivo de promover a própria agência/empresa que a inscreve, e na qual o nome da agência ou/empresa apareça como protagonista.

3 VEICULAÇÃO

O material inscrito deve ter sido veiculado entre 25 de Abril de 2017 e 25 de Abril de 2018 e não deve ter sido inscrito em edições anteriores do Festival.

4 VERDADE, PROPRIEDADE E AUTORIZAÇÃO

A todas as peças premiadas poderão ser solicitadas pela organização ou pelo júri um comprovativo da sua veiculação emitido pelo meio ou pelo anunciante. A organização e o júri reservam-se o direito de sugerir a transição de um trabalho para outra categoria, dando o conhecimento e solicitando a autorização da entidade que realizou a inscrição. Após o início do processo de votação nenhuma peça poderá ser retirada do festival e nenhuma inscrição pode ser cancelada pelos concorrentes, sob qualquer pretexto.

O material e a documentação apresentada serão propriedade do Festival. Os participantes autorizam a exibição pública ou privada das peças apresentadas, bem como a edição, compilação e venda como parte do conteúdo do Festival.

Nenhum trabalho poderá ser inscrito sem a prévia autorização do anunciante ou proprietário dos direitos da peça, cabendo ao CCP o direito de em qualquer momento solicitar essa autorização.

Para proteger a integridade do júri, as apresentações dos trabalhos enviados não poderão exibir logótipo, nome da agência ou profissional que os criou. As inscrições dos trabalhos de autopromoção são obviamente uma exceção.

As empresas que não cumprirem o presente regulamento poderão ser eliminadas do Festival e privadas dos respetivos prémios.

5 INSCRIÇÕES E IMPEDIMENTOS EM VOTAÇÃO PARA ATRIBUIÇÃO DE GRANDE PRÉMIO

As inscrições deverão ser feitas pelas agências e não por grupos nacionais ou internacionais que englobem diferentes empresas independentes ao nível da carteira de clientes e/ou das direções criativa e comercial. O pagamento das inscrições poderá ser feito por uma mesma entidade para diferentes agências, mas a inscrição deverá ser feita em nome da empresa que criou a peça inscrita. Esta regra serve para respeitar a verdade criativa no processo de atribuição de um grande prémio global ou por categoria a uma agência.

J Ú RI

Os jurados serão constituídos por profissionais do mercado a convite da organização com base nos seguintes critérios:

- Não ter sido Júri nos últimos 2 anos;
- Não existir mais que um membro de cada agência em cada júri;
- Não pode haver mais de 2 membros de cada agência em todas as categorias;
- Devem estar representadas pelo menos 3 agências premiadas no ano anterior e 3 agências não premiadas.

Ponderação da Classificação do Ranking CCP Agências 2018;

Ponderação do Classificação Ranking CCP Criativos 2018;

Preferência à existência de um jovem criativo em cada júri.

Cada júri tem 1 Presidente, 7 elementos profissionais e 1 cliente.

JÚRIS DO ~~XX~~ FESTIVAL CCP:

- PUBLICIDADE
- MARKETING RELACIONAL
- DESIGN
- DIGITAL E INTERATIVA
- EVENTOS E ATIVAÇÃO DE MARCA
- MEIOS
- RELAÇÕES PÚBLICAS
- CRAFT

- PROJETO INTEGRADO

Será constituído pelos Presidentes de Júri.

- GRANDE PRÉMIO JORNALISTAS

Será ainda constituído um júri especial de jornalistas que serão convidados a escolher o Grande Prémio dos Jornalistas.

Nota:

Grupos de Júri serão publicados no site www.clubecriativos.com

VOTAÇÃO

O júri é soberano nas suas decisões, cabendo ao presidente do júri estabelecer os critérios de avaliação e votar apenas em caso de empate.

A organização não interferirá de forma alguma nos trabalhos do júri a não ser para esclarecer aspetos respeitantes ao Regulamento e nenhum membro da Direção do CCP poderá fazer parte do júri. Todas as votações são analisadas pela empresa de auditoria BDO.

PROCESSO DE VOTAÇÃO

1ª Fase – Votação online e individual de cada membro do júri e Presidentes de júri em cada categoria.

O resultado desta primeira votação culmina na Long List.

2ª Fase – Fecho de Shortlist. Resulta da votação presencial pelo júri e Presidentes de júri. Neste processo poderão haver repescagens propostas pelo Presidente de Júri.

3ª Fase – Votação para prémios das peças selecionadas em Shortlist serão posteriormente reapreciadas presencialmente para que o júri em conjunto decida os Prémios a atribuir, nomeadamente Ouro, Prata e Bronze, com votação presencial.

Observações importantes:

A | Nenhuma inscrição adicional pode ser realizada durante o processo de votação, sob qualquer pretexto.

B | Em nenhum ponto da votação um membro do júri poderá votar nas peças produzidas pela sua própria agência ou por si próprio noutra agência onde tenha previamente trabalhado. No ato de votação será solicitado que os elementos vinculados ao trabalho avaliado se ausentem da sala. Esta regra é também válida para clientes presentes no júri no caso da votação decorrer sobre trabalhos da marca que representam.

GRANDES PRÉMIOS

GRANDE PRÉMIO

O Grande Prémio será eleito de entre todos os trabalhos premiados com Ouro em todas as categorias. Para esta votação reúnem-se e votam todos os júris. O resultado desta votação só será revelado no dia da Cerimónia de entrega dos Prémios. Se um mesmo trabalho tiver obtido Ouro em diversas categorias, apenas um dos Ouro é candidato ao Grande Prémio (representando todos os Ouro obtidos nas diversas categorias). A decisão da escolha do Ouro para representar o trabalho é tomada pelos presidentes do júri no ato da votação. Esta regra serve para evitar dispersão de votos e com isso evitar que um projeto possa acabar por ser prejudicado.

As peças inscritas nas Categorias de Causas Sociais e Autopromoções não poderão participar na eleição do Grande Prémio, nem pontuam para a eleição de Agência do Ano Global e por Categoria, nem para Anunciante do Ano.

GRANDE PRÉMIO PARA O BEM

As peças premiadas com Ouro nas Categorias de Causas Sociais são elegíveis para o Grande Prémio para o Bem, um prémio especial que vai distinguir o melhor contributo da indústria portuguesa da comunicação em prol do bem público, social, ambiental ou humanitário e com impacto relevante na sociedade. Este grande prémio não pontua para a eleição da Agência Global do Ano e por Categoria, nem para Anunciante do Ano.

GRANDE PRÉMIO DOS JORNALISTAS

O Grande Prémio será eleito de entre todos os trabalhos premiados com Ouro em todas as categorias, inclusive Causas Sociais. Este grande prémio não pontua para a eleição da Agência Global do Ano e por Categoria, nem para Anunciante do Ano.

Isto
Não é
Para
Velhos

PRÉMIOS

Os prémios a atribuir serão Grande Prémio, Ouro, Prata, Bronze e Shortlist, podendo o júri não atribuir qualquer troféu se considerar que as peças inscritas não cumprem os padrões de avaliação.

Para cada sub-categoria, será atribuído apenas um máximo de: 1 prémio Ouro, 2 prémios Prata e 3 Prémios Bronze, sendo atribuído aos restantes trabalhos um certificado Prémio Shortlist.

Os prémios de Agência do Ano Global, Agência do Ano por Categoria e Anunciante do Ano por categorias, produtora de imagens e produtora de som, serão atribuídos aos participantes que tenham obtido maior número de pontos segundo a seguinte tabela:

Grande Prémio – 20 Pontos

Ouro – 12 Pontos

Prata – 9 Pontos

Bronze – 6 Pontos

Shortlist – 1 Ponto

(Serão considerados, no máximo, 10 pontos por Agência)

PRÉMIOS CRAFT

Os pontos dos Prémios CRAFT serão atribuídos às Produtoras de Imagem, Som e Web, independentemente de quem inscreveu a peça. Os Troféus serão, no entanto, entregues a quem efetuou a inscrição.

Estes prémios pontuam para a eleição da Produtora de Som e Produtora de Imagem do ano.

Observações importantes:

É importante que nas inscrições das peças (Craft) seja sempre indicada na ficha técnica: Soundesign, Fotografia, Realizador, Editor, e Diretor de fotografia. Os pontos de trabalho de imagem (realização, fotografia, edição, efeitos especiais, pós produção e animação) são atribuídos às produtoras de imagem. Os pontos de trabalhos de som (banda sonora, banda sonora original, sonoplastia) serão entregues a produtoras áudio.

Notas:

- 1 | Os pontos obtidos com trabalhos de Autopromoção e de Causas Sociais não serão contabilizados para a eleições de Anunciante do Ano e de Agência do Ano Global/Categoria. Entende-se por Autopromoção todos os trabalhos realizados para a própria empresa ou para empresas do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria.
- 2 | A eleição de produtora de som do ano e produtora de imagem do ano, será a atribuir apenas a empresas cuja atividade seja correspondente. Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou outra empresa cuja atividade não seja a de som e imagem, deverá ser eleita a empresa se som e de imagem de maior pontuação seguinte.
- 3| O Grande Prémio para o Bem é votado por todos os júris a partir de todos os trabalhos premiados com Ouro em todas as categorias de Causas Sociais.
- 4| O Grande Prémio dos Jornalistas é um prémio especial atribuído por um júri de jornalistas, e não será contabilizado para as eleições de anunciante do ano e de Agência do ano Global/Categoria.
- 5| As Produtoras não pontuam as Agências e vice versa.

PROCESSO DE INSCRIÇÃO

O processo de inscrição é composto por 3 fases:

- 1 | Inscrição Online
- 2 | Pagamento por transferência
- 3 | Envio de materiais físicos, sempre que estes sejam considerados uma mais valia para a avaliação do trabalho

As inscrições só serão consideradas completas após pagamento e envio de comprovativo de transferência para o email:

festivalccp2018@clubecriativos.com

As inscrições só serão consideradas completas no momento em que estiverem validadas na plataforma online. Só no caso de alguma irregularidade é que a agência será contactada durante o processo de inscrição.

Isto
Não é
Para
Velhos

INSCRIÇÃO ONLINE

Registre-se em <https://clubecriativos.com/festival/login> introduzindo o nome, email e dados da entidade que representa na área inscrições.

Importante:

Deverá ser efetuado um novo registo por cada ano de inscrição. Dentro da área de inscrições encontrará, para além do regulamento, os formulários e fichas necessários para a inscrição online.

Em caso de dúvidas envie um e-mail para **festivalccp2018@clubecriativos.com** ou contacte a linha de apoio: **915 195 910**.

Depois de realizado o login utilize os formulários de inscrição seguindo as instruções.

As inscrições podem ser abertas e mantidas abertas até que a ordem de encerramento de inscrição seja ativada pelo utilizador. Após este encerramento a plataforma confirma que as inscrições estão concluídas.

Relembramos a importância de preencher todos os campos com os responsáveis das várias áreas, uma vez que irão pontuar para os prémios Ranking Criatividade CCP 2018.

Campos para as agências

Diretor Criativo
Diretor Arte
Designer
Ilustrador
Redator
Programador
Estratega
Diretor Contas
Executivo Contas
Arte Finalista

Campos para Produtoras

Soundesign
Fotografia
Realizador
Editor
Diretor de fotografia

Isto
Não é
Para
Velhos

Descontos

Peças Individuais: 180 euros
Categoria Campanha: 500 euros
Projeto Integrado: 650 euros

13

PAGAMENTO

VALOR DAS INSCRIÇÕES

Peças Individuais: 180 euros

Categoria Campanha: 500 euros

Projeto Integrado: 650 euros

Ao valor das inscrições será acrescida a taxa de IVA em vigor.

Nota:

As inscrições são validadas apenas após o seu pagamento.

DESCONTOS

DESCONTO SÓCIOS AGÊNCIA:

AGÊNCIA SÓCIOS_5% sobre trabalhos inscritos

AGÊNCIA SÓCIOS INDIE_2,5% sobre trabalhos inscritos

Nota: Estes descontos poderão ser cumulativos com o desconto por quantidade.

AGÊNCIA INDIE

Todas as inscrições realizadas por profissionais independentes ou microempresas (até 5 colaboradores) terão um desconto de 50% sobre o valor total das inscrições. Mesmo que não sejam sócios CCP.

Para obter este desconto deverá ser enviado para o email festivalccp2018@clubecriativos.com o comprovativo de segurança social com número de trabalhadores inscritos.

No caso de ser agência sócia indie aos 50% de desconto será adicionado o desconto de 2,5%.

QUANTIDADE

Todas as entidades que inscrevam mais de 50 peças terão um desconto de 5% sobre o valor total das inscrições.

Observações importantes:

As inscrições deverão ser feitas pelas agências

Ist o
Nã o é
Pa ra
Ve lh os

ou profissionais independentes e não por grupos nacionais ou internacionais que englobem diferentes empresas independentes ao nível da carteira da clientes e/ou das direções criativa e comercial. A regra de desconto só se aplica neste caso.

FORMAS DE PAGAMENTO

O pagamento deve ser feito por transferência bancária para:

**CLUBE DE CRIATIVOS DE PORTUGAL Millennium
BCP: IBAN PT50. 0033.0000.45206701106.05**

O comprovativo da transferência deverá ser enviado para o email: **festivalccp2018@clubecriativos.com**

Nota:

As inscrições são válidas apenas após o seu pagamento.

Observações ao processo de inscrição:

1 | No caso de uma peça ser inscrita por duas entidades diferentes, será aceite a que mais se aproxima da categoria em questão e especificamente na Categoria de Craft onde as empresas que produziram (produtoras, fotógrafos, etc.) as peças terão preferência. Caso este critério não seja relevante considera-se aceite a peça da entidade que a inscreveu em primeiro lugar.

2 | Nas inscrições em Campanha, só são consideradas Campanhas com pelo menos 3 temas. As Campanhas não são desmembráveis. As peças individuais poderão ser agrupáveis, caso o júri assim o entender e as mudar de categoria.

3 | No caso da categoria Projeto Integrado, todas as peças (filmes, cartazes e outras) serão submetidas como uma única inscrição.

4 | Os teasers de um anúncio não serão considerados uma peça autónoma e não estão sujeitos a pagamento.

5 | Escolha a categoria corretamente. É possível inscrever a mesma peça em mais do que uma categoria.

6 | Assegure-se de que cumpre as especificações de envio. Proteja as peças para que no momento em que forem votadas e exibidas se encontrem nas melhores condições, sem identificação da Agência / Profissional Independente que inscreve.

7 | Identifique cada peça inscrita com o número de código fornecido pela plataforma online. Canais de youtube ou vimeo, nomes dos ficheiros e descrições não podem referir identificação da Agência / Profissional Independente, ou pessoas envolvidas no projeto, sob risco de desclassificação.

8 | Preencha corretamente a ficha Técnicas de cada peça, com os nomes de todos os intervenientes. A esses nomes serão atribuídos pontos por cada peça premiada. Estes pontos contam para a elaboração do Ranking Nacional de Criatividade, publicado pelo CCP todos os anos.

9 | Os certificados Prémio/Ano têm um custo associado de 50€. A Agências Sócio não pagam.

Veja os

ENVIO DE MATERIAIS INSCRITOS

Todas as peças física devem ser enviadas ou entregues em mão na sede do CCP, até 24 de Abril 2018 às 18h00.

***XX Festival CCP
Campo de Santa Clara
Mercado de Santa Clara 1º piso
1100-472 Lisboa***

***DATA LIMITE PARA A RECEÇÃO FÍSICA DE TODAS AS PEÇAS:
24 DE ABRIL DE 2018 ATÉ ÀS 18H00***

1 projeto integrado

CATEGORIAS

1 PROJETO INTEGRADO

Esta categoria tem como objetivo premiar a IDEIA, independentemente do tipo de projeto, produto, cliente ou budget. Todas as peças (filmes, cartazes e outras) serão submetidas como uma única inscrição. Todos os projetos serão avaliados, em conjunto, por todos Presidentes de Júri das categorias que integram este Festival.

2 publicidade

2 PUBLICIDADE

A | FILME

Destinado a conteúdos de filmes publicitários.

A1 | Melhor Filme (tv, cinema, internet, mobile, etc)

A2 | Melhor Filme Brand Entertainment (séries, documentários, websites, mobile, etc.)

A3 | Melhor Campanha (Só são consideradas Campanhas com mais de 2 temas.)

B | RÁDIO

B1 | Melhor Spot de Rádio

B2 | Melhor Campanha de Rádio (Só são consideradas campanhas com pelo menos 2 temas.)

C | IMPRENSA

C1 | Melhor Anúncio de Imprensa

C2 | Melhor Campanha de Imprensa (Só são consideradas campanhas com mais de 2 temas.)

D | OUTDOOR

D1 | Melhor Outdoor

D2 | Melhor Poster (formatos alternativos a 4x3, 8x3, mupi)

D3 | Melhor Campanha (Só são consideradas campanhas com mais de 2 temas.)

E | MEDIA ALTERNATIVA

Todos os formatos que não estejam contemplados nas categorias anteriores. (Só são consideradas Campanhas com mais de 2 temas no mesmo tipo de suporte de media).

E1 | Peça Individual

E2 | Campanha

F | CAUSAS SOCIAIS

Trabalhos que tenham como objectivo envolver o publico com uma causa, marca, produto ou serviço no sentido de contribuir para um mundo melhor. No caso de publicidade poderão ser inscritos trabalhos nas seguintes subcategorias (Só são consideradas Campanhas inscrições com mais de 2 temas)

Todas as entidades podem inscrever Causas Sociais.

- F1 | Televisão
- F2 | Televisão campanha
- F3 | Imprensa
- F4 | Imprensa campanha
- F5 | Rádio
- F6 | Rádio campanha
- F7 | Outras ações

G | AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/ Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromoverem.

3 MARKETING RELACIONAL

Incluem-se aqui as campanhas de comunicação que preferencialmente possam gerar uma resposta mensurável e demonstrável. No entanto, mantém-se também nesta categoria o primado da valorização da ideia.

A | MARKETING DIRETO IMPRESSO

- A1 | Mailing Standard B2C
- A2 | Mailing Dimensional B2C
- A3 | Mailing Standard B2B
- A4 | Mailing Dimensional B2B

B | MARKETING DIRETO DIGITAL

- B1 | Email
- B2 | Mobile (Comunicação para um público claramente identificável, que utilize o call-to-action e mecanismo de resposta através de dispositivos portáteis/móveis, como telemóveis, tecnologia móvel, incluindo SMS, MMS, Bluetooth, PDA, GPS, Tablet, leitores de MP3, jogos, aplicações, widgets, QR Codes, e outras comunicações móveis diretas.)
- B3 | E-Commerce, Publicidade Online, Brand Awareness e Social Media Comunicação online, para um público claramente identificável, que utilize o call-to-action e mecanismo de resposta.
- B4 | Filme, rádio, podcast e outras formas audiovisuais
- B5 | Imprensa, cartaz e outdoor
- B6 | Outros Media

Isto
Não é
Para
Velhos

C | FIELD MARKETING

Ações de Comunicação no terreno com o Objetivo de gerar resposta mensurável. Incluem ações de guerrilha, stunt, ambiente media.

D | PROGRAMA DE FIDELIZAÇÃO

E | CAUSAS SOCIAIS

Todo o tipo de campanha de comunicação direta e mensurável, veiculadas em qualquer plataforma, que tenham como objetivo envolver o público com uma causa, marca, produto ou serviço no sentido de contribuir para um mundo melhor. Todas as entidades podem inscrever Causas Sociais.

F | AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/ Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromoverem.

Categories

4
design

4 DESIGN

A | DESIGN EDITORIAL

- A1 | Brochuras/Catálogos
- A2 | Relatórios e Contas
- A3 | Publicações Periódicas
- A4 | Livros

B | DESIGN GRÁFICO

- B1 | Posters
- B2 | Peças pontuais (Calendários e agendas, flyers, convites, postais, cartões de natal/sazonais, selos, etc.)

C | ILUSTRAÇÃO

18

O FESTIVAL DO CCP XXX

Ist o
Nã o é
Pa r a
Ve lh os

D | IMAGEM CORPORATIVA

- D1 | Nova Marca
- D2 | Rebranding
- D3 | Logótipos e Símbolos

E | TIPOGRAFIA

- E1 | Tipografia original
- E2 | Melhor utilização de tipografia

F | DESIGN DE EMBALAGENS

- F1 | Rótulos - apenas elementos de rotulagem
- F2 | Embalagem – todos os componentes de design gráfico e industrial, incluindo invólucros exteriores

G | DESIGN DE AMBIENTE

- G1 | Stands
- G2 | Espaço Comercial
- G3 | Ponto de Venda - Merchandising dentro de loja, expositores de produto, decoração do ponto de venda
- G4 | Instalação

H | DESIGN INDUSTRIAL

- H1 | Produto
- H2 | Equipamento
- H3 | Objeto

I | CAUSAS SOCIAIS

Projetos desenvolvidos em qualquer plataforma com o objetivo de divulgar uma causa, marca, produto ou serviço no sentido de contribuir para um mundo melhor. Todas as entidades podem inscrever Causas Sociais.

J | AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromoverem.

Nota:

Os projetos apresentados apenas em desenho (renders) não serão considerados. É obrigatória a apresentação do registo fotográfico dos espaços e equipamentos.

5 digital e intera- tiva

5 DIGITAL E INTERATIVA

A | SITES

A1 | Websites

A2 | Microsite

A3 | Editorial site

B | USER DESIGN

B1 | Experience (UX)

B2 | Interface (UI)

C | MELHOR USO SOCIAL

Aplicações ou ações/promoções realizadas em Redes Sociais, como por exemplo o Facebook.

D | MELHOR USO MOBILE

Avaliação de experiência de utilização de sites e Apps em dispositivos mobile.

E | FILMES

Filmes produzidos especificamente para o digital.

F | CAMPANHAS

G | JOGOS

Projectos de jogos desenvolvidos para diferentes dispositivos a correr em web browser ou através de aplicação descarregada através de uma store (App Store, Google Play, etc.).

G1| Desktop

G2| Tablet

G3| Mobile

H | APPS

Projectos de produtos de aplicações móveis, descarregados através de uma store (App Store, Google Play, etc.).

H1 | Tablet

H2 | Mobile

I | BRANDED CONTENT

Conteúdos para web em jogos, apps, filmes, séries, etc.

J | INSTALAÇÃO

Instalações interativas para eventos/ stands/ exposições.

creative jam



VI Semana Criativa de Lisboa



K. TECNOLOGIAS EMERGENTES

Projectos que explorem de forma inovadora várias tecnologias emergentes. Nesta categoria, mais do que avaliação do produto como um todo, o foco está na valorização da integração, através de experiências distintas, tecnologias que estão ainda a ganhar o seu espaço no mercado (exemplos: Realidade aumentada, realidade virtual, Chat bots, etc...)

L | PROJETO MULTIPLATAFORMAS

Projectos digitais que relacionem numa única experiência vários dos produtos das categorias anteriores. Cada projeto deverá ser constituído com peças desenvolvidas em, pelo menos, 2 plataformas digitais.

M | CAUSAS SOCIAIS

São elegíveis eventos e outras ativações que tenham o objetivo de promover uma causa, marca, produto ou serviço no sentido de contribuir para um mundo melhor. Todas as entidades podem inscrever Causas Sociais.

N | AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/ Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromoverem.

6 eventos e ativação de marca

6 EVENTOS E ATIVAÇÃO DE MARCA

Entende-se por ativação o projeto que tem como objetivo criar ativação imediata e /ou oferta para a venda ou promoção de um produto ou serviço. Utilizando ações de sampling, criações de ligações (marca/consumidor), competições, eventos, eventos de publicidade em lojas, exposições e outros veículos promocionais, como a media digital. Serão premiados os projetos de ativação com as ideias mais criativas que tenham envolvido claramente os consumidores de produtos/ marcas e tenham obtido resultados mensuráveis. No entanto, mantém-se também nesta categoria o primado da valorização da ideia. Serão ainda avaliados eventos dirigidos a outros grupos específicos, tais como o público interno e eventos business to business, querendo premiar aqui as ideias mais criativas para envolver esses públicos, como a qualidade da sua implementação.

A | EVENTOS PARA O CONSUMIDOR

Inclui os eventos e experiências de marca, ativações, roadshows, demonstrações e promoções de produtos.

B | AÇÕES DE GUERRILHA

Ações de marketing de guerrilha que usem meios não convencionais para promover a marca ou produto, inclui ações de Stunt Marketing.

C | AÇÕES DE SAMPLING

Ações de marca que envolvem a experimentação de produto, no ponto de venda ou fora dele.

D | PATROCÍNIO/MECENATO

Ações de marca presentes em eventos de outras entidades.

E | PONTO DE VENDA

Ações de marca no ponto de venda.

F | BRAND ENTERTAINMENT

Ações que envolvem a criação de conteúdos de entretenimento de marca que envolvam a ativação/participação do consumidor em todo o tipo de meios: rádio, televisão, internet, imprensa, cinema e teatro.

G | EVENTOS CORPORATIVOS

Eventos de índole corporativa para públicos internos, agentes ou parceiros da empresa ou de índole institucional.

H | CAUSAS SOCIAIS

São elegíveis eventos e outras ativações que tenham o objetivo de promover uma causa, marca, produto ou serviço no sentido de contribuir para um mundo melhor. Todas as entidades podem inscrever Causas Sociais.

I | AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/ Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromoverem.

Ist o
Nã o é
Pa r a
Ve lh os

7

meios

7 MEIOS

Nota prévia:

A Categoria de Media não avalia a criatividade das próprias campanhas (trabalho desenvolvido pelas agências de publicidade) mas sim as soluções criativas aplicadas à sua difusão e desenvolvidas na utilização dos media.

A | UTILIZAÇÃO DE MEDIA

- A1 | Melhor utilização de Televisão
- A2 | Melhor utilização espaço comercial TV*
- A3 | Melhor utilização/criação conteúdos TV/Sponsorship
- A4 | Melhor utilização/criação espaços em Cinema
- A5 | Melhor espaço comercial Imprensa*
- A6 | Melhor utilização/criação conteúdos Imprensa
- A7 | Melhor utilização espaço comercial Rádio*
- A8 | Melhor utilização/criação conteúdos Rádio
- A9 | Melhor utilização/criação espaços Outdoor*
- A10 | Melhor utilização/criação de espaços New Media**
- A11 | Melhor utilização Meios Digitais (Incluindo website, microsites, motores de busca, banners, SMS, email marketing, POS Digital)
- A12 | Melhor Utilização em Social Media Marketing (Publicidade viral, Blogs, Sites de redes sociais, conteúdos gerados pelo consumidor e aplicações)
- A13 | Melhor Utilização de outros meios digitais, incluindo dispositivos móveis (Bluetooth, SMS, MMS, WAP, jogos, mundos virtuais, aplicações para download incluindo screensavers, widgets, etc.)
- A14 | Melhor integração de Meios

*Os espaços Comerciais podem ser os existentes e/ou novos espaços desenvolvidos para o efeito.

**New Media considera novos ambientes media ou espaços não tradicionais como soluções “outdoor” fora dos formatos e soluções do meio outdoor, estações de serviço, utilização de espaços comerciais e/ou públicos, outros não convencionais e não abrangidos nas categorias anteriores.

Pretende-se avaliar a criatividade na aplicação de novas fórmulas de comunicação em projetos onde a integração de meios e suportes permite obter sinergias mensuráveis e de sucesso na comunicação das marcas.

B | CAUSAS SOCIAIS

Procura-se aqui a melhor utilização de meios com o objetivo de promover uma causa, marca, produto ou serviço no sentido de contribuir para um mundo melhor. Todas as entidades podem inscrever Causas Sociais.

C | AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/ Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromoverem.

8

*relações
públicas*

8 RELAÇÕES PÚBLICAS

A | MELHOR PROGRAMA DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Aqui poderão concorrer as campanhas claramente lideradas por uma ideia de RP que tenham recorrido a vários meios e/ou disciplinas. A ideia original deve ser da agência de RP, embora possa ter tido desdobramentos.

A1 | Campanhas B2B

A2 | Campanhas B2C

B | MELHOR AÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Aqui poderão concorrer ações táticas de RP. O júri irá premiar a ideia e a execução da mesma.

B1 | Press-kit

B2 | Melhor ação de RP ao vivo/stunt

B3 | Melhor ação de RP em meios digitais

B4 | Melhor ação de RP em social media

B5 | Melhor ação de RP em mass media (TV, rádio, press)

B6 | Melhor ação de patrocínio

Festival-CP

9

craft

9 CRAFT

Esta categoria tem como objetivo premiar todos os trabalhos técnicos, das várias áreas de publicidade, design e digital interativa.

A | MELHOR CRAFT

A1 | Melhor Realização

A2 | Melhor Direção de Fotografia

A3 | Melhor Fotografia

A4 | Melhor Edição

A5 | Melhor Pós-Produção e Efeitos Especiais

A6 | Melhor Banda Sonora Original (Música composta propositadamente para sonorizar um projeto.

A composição musical deverá identificar os nomes dos autores da música).

A7 | Melhor Banda Sonora Adaptada (obrigatório demonstrar a banda original para reconhecimento de adaptação)

A8 | Melhor Animação

A9 | Melhor Copy

A10 | Melhor Motion Graphics

B | MELHOR CRAFT DIREÇÃO DE ARTE

B1 | Melhor Direção de Arte Motion

B2 | Melhor Direção de Arte Not Motion

C | MELHOR SOUND DESIGN

C1 | Melhor Sound Design Motion

C2 | Melhor Sound Design Rádio

C3 | Outros Suportes

C | CAUSAS SOCIAIS

Procura-se aqui a melhor utilização das Relações Públicas com o objetivo de promover uma causa, marca, produto ou serviço no sentido de contribuir para um mundo melhor. Todas as entidades podem inscrever Causas Sociais.

D | AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/ Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromoverem.

D | CAUSAS SOCIAIS

Procura-se aqui a melhor utilização de meios técnicos com o objetivo de promover uma causa, marca, produto ou serviço no sentido de contribuir para um mundo melhor. Todas as entidades podem inscrever Causas Sociais.

E | AUTOPROMOÇÃO

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência/ Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria, com o objetivo de se autopromoverem.

Isto é

Não é

Para

Velhos

Isto
Não é
Para
Velhos

Inscrição e envio de materiais

REGRAS GERAIS DE INSCRIÇÃO PARA TODAS AS CATEGORIAS

1 | AS INSCRIÇÕES SÃO REALIZADAS ONLINE

Para todas as inscrições é necessário o preenchimento do formulário de inscrição online disponível em <http://clubecriativos.com/festival/login>

2 | É SÓ PREENCHER E FAZER UPLOAD

Nesta ficha devem ser preenchidos todos os campos de informação relativos à peça assim como enviados via upload ou link todos os materiais correspondentes.

3 | NADA DE K-LINES E IMAGENS EM ALTA...

Não é necessário o envio de pranchas físicas no processo de inscrição. Apenas são pedidos os boards dos trabalhos premiados com Shortlist.

4 | ... A NÃO SER QUE CHEGUE A SHORTLIST

Para todos os projetos que cheguem a Shortlist, será enviado um email a identificar trabalhos que chegaram a shortlist, e só nessa altura devem ser entregues pela entidade que inscreveu: um material físico de apoio para fins expositivos, no formato A2, montado num suporte rígido identificado com o respetivo número de código da inscrição.

27

O FESTIVAL DO GCP XX

**Enviar para :
XX Festival CCP
Campo de Santa Clara
Mercado de Santa Clara 1º piso
1100-472 Lisboa**

É da responsabilidade dos autores dos trabalhos em Shortlist enviar estes materiais, após solicitação do Clube.

Para obter mais assistência e orientação, por favor envie email para festivalccp2018@clubecriativos.com ou contacte: Linha de apoio telefónico: 915 195 910

MATERIAIS A ENVIAR PARA TODAS AS CATEGORIAS

O processo de envio de materiais é quase integralmente realizado online, aquando da inscrição. No entanto, existem algumas categorias, como Design e Marketing Relacional em que se recomenda o envio de peças físicas.

1 | DESCRIÇÃO RESUMIDA DO BRIEFING

Da ideia e resultados obtidos, escrita no campo respetivo para o efeito no formulário de inscrição online. Respeite o número máximo de caracteres indicado nas fichas de inscrição. A inexistência de alguma destas informações dá ao júri a possibilidade de desclassificação das peças por falta de informação. O campo de resultados não é de preenchimento obrigatório mas aconselhável.

2 | PRANCHA DE PROJETO

Não é necessário enviar cópia física da prancha de projeto na primeira fase do concurso. Basta inserir na plataforma online, a prancha em formato JPEG no campo BOARD do formulário de inscrição online. As imagens digitais devem ser carregadas na plataforma no formato PNG ou JPEG, 72 DPI, dimensão máxima 3000x3000 e 8Mb. Esta é uma imagem representativa de todo o projeto. É obrigatório o preenchimento dos

elementos de identificação de projeto: Anunciante, Projeto, Categoria e os elementos de explicação do projeto - Briefing, Ideia, Resultados. Não é obrigatória a inclusão de Board, dado que em certas categorias esse elemento não é necessário para a avaliação (rádio, imprensa).

No entanto, recomenda-se a inclusão do Board com uma descrição, para uma melhor compreensão do projeto. Se o projeto chegar a Shortlist será solicitada a cópia física da prancha no formato A2.

3 | IMAGENS DO PROJETO

Para além da prancha de projeto podem ser enviadas mais imagens de suporte. Para efeitos de deliberações do Júri e exibição no Festival devem ser inseridas imagens JPEG, 72 DPI, RGB, dimensão máxima 3000x3000, 8Mb. Basta fazer o UPLOAD das imagens, no campo IMAGENS no formulário de inscrição online.

4 | VIDEOCASE DO PROJETO

Esta apresentação deve ter no máximo 2 minutos e deve conter alguns destaques visuais – vídeo, imagens ou outros materiais apropriados que expliquem adequadamente o projeto com um comentário simples e claro em Português ou Inglês; Recomendamos que a apresentação seja concisa e objetiva. (Vídeos com mais de 2 minutos não serão aceites); Os filmes devem ser colocados online no Youtube e inserido o seu link no campo LINK VIDEO CASE do formulário de inscrição online. Não poderá haver qualquer referência à entidade que está a submeter o trabalho a concurso, por exemplo: nome do canal, nome do ficheiro, descrições, assinaturas de vídeo, etc., sob risco de desqualificação.

Ist o
Nã o é
Pa r a
Ve lh os

5 | VÍDEOS

Todos os materiais de vídeo (ex. Filmes de campanha) pertinentes para avaliação de projeto, devem ser colocados online no Youtube e inserido o seu link nos campos VIDEOS do formulário de inscrição online. Pode também ser fornecido o URL de um site criado propositadamente para agrupar estes materiais. Este link deverá ser inserido no campo LINK PROJETO e deve ser fornecido sem qualquer designação da entidade que inscreve o projeto.

6 | MATERIAIS DE ÁUDIO

Todos os materiais de suporte áudio, (ex. spots de rádio) pertinentes para avaliação de projeto, devem ter o seguinte formato :
- MP3 - Os ficheiros áudio devem ser inseridos nos campos ÁUDIO do formulário de inscrição online.

7 | MATERIAIS DIGITAIS

Os materiais digitais, (ex. site) pertinentes para avaliação de projeto, podem estar num URL criado propositadamente para o efeito ou serem apenas o URL de um dado site. Este URL deve ser colocado no campo LINK PROJETO no formulário de inscrição online e deve ser fornecido sem qualquer designação da entidade que inscreve o projeto.

8 | MATERIAIS FÍSICOS

Devem ser enviados todos os materiais físicos que sejam relevantes e úteis para a avaliação do projeto. Incluindo amostras, brochuras, folhetos, embalagens de produtos, posters, materiais de ponto de venda, etc.

NAS CATEGORIAS DE DESIGN E MKT RELACIONAL É MUITO IMPORTANTE O ENVIO IMEDIATO DE MATERIAIS FÍSICOS NO ACTO DA INSCRIÇÃO, QUE PERMITAM A AVALIAÇÃO ADEQUADA DOS PROJETOS. A NÃO EXISTÊNCIA DESTES MATERIAIS PODERÁ DESVALORIZAR O PROJETO EM AVALIAÇÃO.

festivalccp2018@clubecriativos.com
www.clubecriativos.com

