

DEFUTURO

2020

8ª SEMANA CRIATIVA
DE LISBOA

SALUDADES

XXII FESTIVAL CCP

Regulament

FESTIVAL CCP XXII

O Festival de Criatividade do CCP é reconhecido como o mais abrangente e prestigiado evento do setor. Organização sem fins lucrativos, promove a excelência criativa da comunicação comercial nacional nas categorias de Publicidade, Design, Digital e Social, Experiências de Marca, Meios, Craft e Integração & Inovação.

PRÉMIOS ADCE

O CCP é membro do **ART DIRECTORS CLUB OF EUROPE**, garantindo assim a todos os trabalhos premiados no CCP a possibilidade de concorrer aos **ADC*E AWARDS**.
[HTTP://WWW.ADCEUROPE.ORG](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 de uma 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 por um **JÚRI INTERNACIONAL**.

DATAS IMPORTANTES [2020]

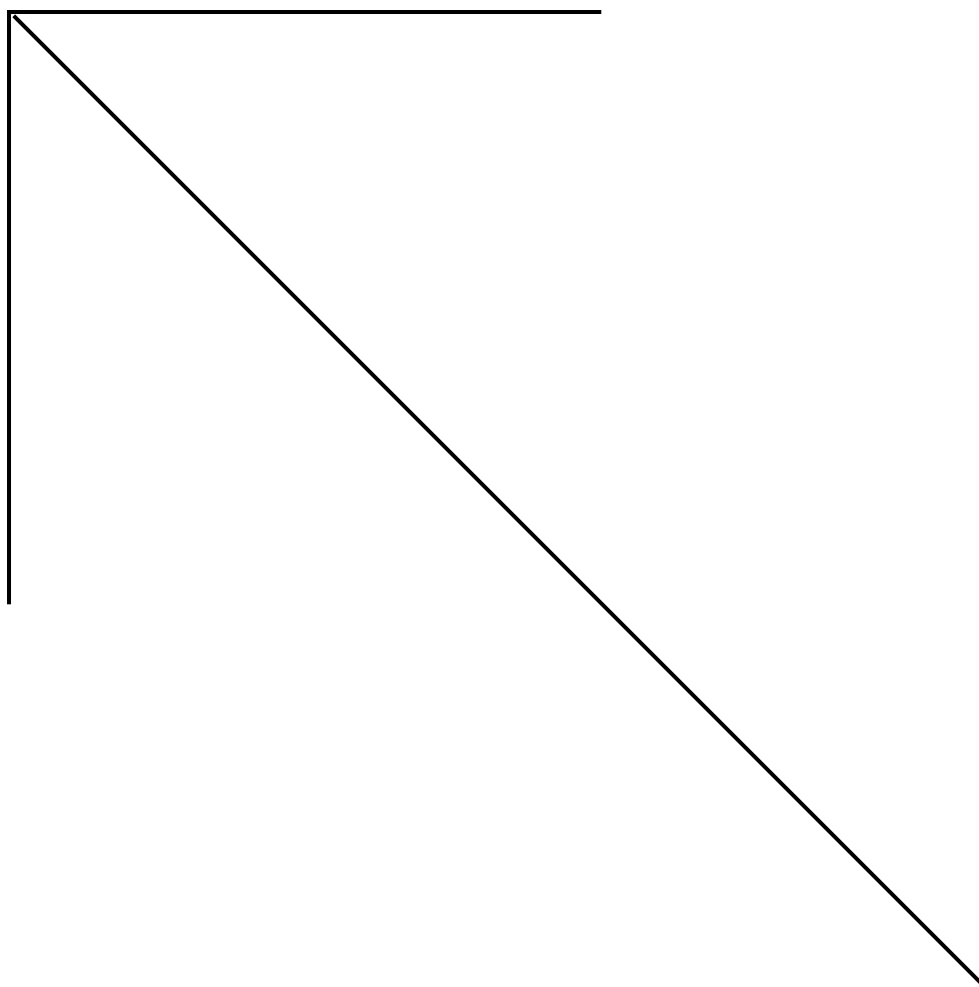
EARLY BIRD - 10% DESCONTO
2 MARÇO A 30 JUNHO

INSCRIÇÕES
1 JULHO – 07 SETEMBRO

VOTAÇÕES
PRESENCIAIS
21, 22 E 23 OUTUBRO

GALA ENTREGA
DE PRÉMIOS
31 OUTUBRO

DATAS IMPORTANTES [2020]



NOTA: AS DATAS DO CONCURSO SÃO FINAIS E A PLATAFORMA FECHA NAS DATAS ANUNCIADAS.

P. 07

CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO

JÚRI

P. 11

P. 13

VOTAÇÃO

PRÉMIOS

P. 16

P. 22

**PROCESSO
DE INSCRIÇÃO**

**VALOR INSCRIÇÕES
E PAGAMENTO** P. 26

P. 28

DESCONTOS

CATEGORIAS

P. 30

**REGRAS DE
INSCRIÇÃO E ENVIO
DE MATERIAIS**

P. 52

CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO

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

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, marcas comerciais, incluindo agências e departamentos de comunicação in-house e marcas sem fins lucrativos.

Não podem concorrer empresas não registadas em Portugal. As agências in-house devem inscrever os seus trabalhos com um número distinto do número de contribuinte da entidade anunciante.

2. NATUREZA COMERCIAL

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

Os trabalhos para 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.

Dentro da categoria Causas Sociais, consideramos que:

- Um trabalho de Causa Social/Pro bono define-se como um projeto voluntário por iniciativa de agência ou anunciante realizado sem existência de 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 do âmbito de uma Causa Social, têm o direito de transferir o trabalho para esta categoria, dando o conhecimento e solicitando a autorização da entidade que realizou a inscrição.
- Um trabalho de responsabilidade social corporativa define-se como um projeto para uma marca comercial que reflete as suas preocupações sociais. Este projeto pode ou não ser consequência de uma troca comercial entre o anunciante e a agência responsável

pelo trabalho. Não se incluem aqui campanhas de marca com mensagens sociais ou de propósito, mas sim campanhas feitas diretamente para uma causa ou projeto de RSC apoiados por uma marca.

- Uma campanha de Autopromoção é qualquer iniciativa inscrita e realizada com o objetivo de promover a própria empresa de comunicação que a inscreve, e na qual o nome da empresa apareça como protagonista.

3. VEICULAÇÃO

O material inscrito deve ter sido veiculado entre **25 de Abril de 2019** e **31 de Agosto de 2020** e não deve ter sido inscrito em edições anteriores do Festival.

Pode ter sido veiculado com data anterior desde que nunca inscrito em edições anteriores do Festival, tendo em conta um prazo anterior máximo de 1 ano.

4. VERDADE, PROPRIEDADE E AUTORIZAÇÃO

A organização ou o júri pode solicitar o comprovativo da veiculação das peças, emitido pelo meio ou anunciante. A organização e júri reservam o direito de sugerir a transição dos trabalhos para outra categoria, dando conhecimento e solicitando a autorização da entidade concorrente. Após o início do processo de votação as peças não podem ser retiradas do festival e as inscrições não podem ser canceladas,

O material e a documentação apresentada são 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 pode 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 podem exibir logótipo, nome da agência ou profissionais envolvidos. As inscrições dos trabalhos de autopromoção são obviamente uma exceção. O não cumprimento deste regulamento determina a eliminação do festival e dos respetivos prémios. Os valores das inscrições não são reembolsáveis.

**5. INSCRIÇÕES E IMPEDIMENTOS
EM VOTAÇÃO PARA ATRIBUIÇÃO
DE GRANDE PRÉMIO**

As inscrições são feitas por entidades ou trabalhadores independentes e não por grupos de empresas, nacionais ou internacionais, que englobem clientes ou direções criativas e comerciais.

O pagamento das inscrições de diferentes entidades pode ser feito pela mesma empresa, mas a inscrição é feita em nome da entidade 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.

JÚRI

1. JÚRI DO XXII
FESTIVAL CCP

JÚRI DO XXII FESTIVAL CCP

Os júris são constituídos por profissionais do setor com os seguintes critérios de exclusão:

- Não ter sido jurado 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 2019;
Ponderação da Classificação do Ranking CCP Criativos 2019;
Preferência para a existência de um jovem criativo em cada júri;
Cada júri tem 1 Presidente, 7 elementos profissionais e 1 cliente.

JÚRIS DO FESTIVAL CCP

1. PUBLICIDADE
2. DESIGN
3. DIGITAL E SOCIAL
4. EXPERIÊNCIAS DE MARCA
5. CRAFT
6. MEIOS
7. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO
[Presidentes de Júri e 2 representantes do CCP, sendo que um deles preside à Categoria]
8. JÚRI ESPECIAL JORNALISTAS
[atribui o Grande Prémio dos Jornalistas]

NOTA: OS GRUPOS DE JÚRI SÃO PUBLICADOS NO SITE WWW.CLUBECRIATIVOS.COM

VOTAÇÃO

1. PROCESSO DE 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 interfere de forma alguma nos trabalhos do júri a não ser para esclarecer aspetos respeitantes ao Regulamento e nenhum membro da **DIREÇÃO DO CCP** pode fazer parte do júri. Todas as votações são analisadas pela empresa de auditores **BDO**.

1º FASE**2º FASE****OBSERVAÇÕES****VOTAÇÃO PARA SHORTLIST**

- Esta votação é online e individual de cada membro do júri. Dela, resulta uma Shortlist, que é fechada presencialmente.
- Os presidentes só votam nos trabalhos da Categoria Integração e Inovação.
- Os presidentes de júri de cada categoria aprovam as votações dos seus grupos de júri.

VOTAÇÃO PARA PRÉMIO

As peças que passam a **Shortlist** são reapreciadas presencialmente para que o júri em conjunto vote e decida os prémios a atribuir, nomeadamente Ouro, Prata e Bronze. O Júri pode presencialmente anular ou adicionar trabalhos que estejam em shortlist avaliada online. Depois de votada e aprovada, a lista de shortlist já não pode ser alterada e o Júri inicia processo de votação braço no ar para Bronze, Prata e Ouro.

- Nenhuma inscrição adicional pode ser realizada durante o processo de votação, sob qualquer pretexto.
- Em nenhum ponto da votação um membro do júri pode votar nas peças produzidas pela sua própria agência, por si próprio noutra agência, ou em peças onde tenha trabalhado direta ou indiretamente. No ato de votação é solicitado que os elementos envolvidos no trabalho em avaliação 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.

PRÉMIOS

1. PRÉMIOS /
PONTUAÇÃO
2. GRANDE PRÉMIO
CCP
3. GRANDE PRÉMIO
PARA O BEM
4. GRANDE PRÉMIO
DOS JORNALISTAS
5. MELHOR AGÊNCIA
E ANUNCIANTE
DO ANO
6. MELHOR
PRODUTORA DE
SOM E IMAGEM
DO ANO
7. MELHORES
POR CATEGORIA
8. RANKINGS
ANUAIS CCP

1. PRÉMIOS/ PONTUAÇÃO

PRÉMIOS

Os prêmios a atribuir são Grande Prêmio, 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 subcategoria, é atribuído apenas um máximo de: 1 prêmio Ouro, 2 prêmios Prata e 3 Prêmios Bronze, podendo ser atribuído a vários trabalhos a distinção de Shortlist. Os prêmios de Agência do Ano Global, Agência do Ano por Categoria e Anunciante do Ano por Categorias, Produtora de Imagem e Produtora de Som, são atribuídos aos participantes que obtenham a maior classificação segundo a tabela de pontuação.

TABELA DE PONTUAÇÃO**Grande Prêmio**

[31 PONTOS]

Ouro

[15 PONTOS]

Prata

[7 PONTOS]

Bronze

[3 PONTOS]

Shortlist

[1 PONTO]

São considerados, no máximo, 10 pontos por Agência.

NOTAS SOBRE PONTUAÇÃO

- Os pontos obtidos com trabalhos de Autopromoção e de Causas Sociais não são contabilizados para a eleição 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.
- O prêmio de Produtora de Som do Ano e Produtora de Imagem do Ano, só pode ser atribuído a empresas dessa atividade. Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou outra empresa de outra atividade, é eleita a empresa de som e de imagem com maior pontuação.
- O Grande Prêmio para o Bem é votado por todos os júris a partir dos trabalhos premiados com Ouro nas categorias de Causas Sociais.
- O Grande Prêmio dos Jornalistas é um prêmio especial atribuído por um júri de jornalistas, e não é contabilizado para a eleição de Anunciante do Ano e de Agência do Ano Global/Categoria.
- As Produtoras não pontuam as Agências e vice versa.

2. GRANDE PRÉMIO CCP

O Grande Prémio é 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 é revelado no dia da Cerimónia de entrega dos Prémios. Se um mesmo trabalho ganhar Ouro em diversas categorias, apenas um dos Ouros é candidato ao Grande Prémio [representando todos os Ouros 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/ Bem Público e Autopromoção não podem participar na eleição do Grande Prémio, nem pontuam para a eleição de Agência do Ano Global e por Categoria, nem para Anunciante do Ano.

**3. GRANDE PRÉMIO
PARA O BEM**

As peças premiadas com Ouro nas Categorias de Causas Sociais e Bem Público são elegíveis para o Grande Prémio para o Bem, um prémio especial que distingue 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, por Categoria, ou para o Anunciante do Ano.

**4. GRANDE PRÉMIO
DOS JORNALISTAS**

O Grande Prémio é 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, por Categoria, ou para o Anunciante do Ano.

**5. MELHOR AGÊNCIA
E ANUNCIANTE DO ANO**

MELHOR AGÊNCIA DO ANO

Pontuação máxima atribuída a uma agência em todas as categorias não inclui Causas Sociais e Bem Público.

MELHOR ANUNCIANTE DO ANO

Pontuação máxima atribuída a um anunciante em todas as categorias não inclui Causas Sociais e Bem Público.

**6. MELHOR PRODUTORA
DE SOM E IMAGEM DO ANO**

MELHOR PRODUTORA IMAGEM

Pontuação máxima atribuída a uma produtora de imagem na categoria de Craft. Não inclui Causas Sociais e Bem Público.

MELHOR PRODUTORA SOM

Pontuação máxima atribuída a uma produtora de som na categoria de Craft. Não inclui Causas Sociais e Bem Público.

**7. MELHORES
POR CATEGORIA**

MELHOR AGÊNCIA PUBLICIDADE

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Publicidade. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE PUBLICIDADE

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Publicidade. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA DESIGN / ATELIER DESIGN

Pontuação máxima atribuída a uma agência/atelier na categoria Design. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE DESIGN

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Design. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA DIGITAL E SOCIAL

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Digital e Social. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE DIGITAL E SOCIAL

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Digital e Social. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA EXPERIÊNCIAS DE MARCA

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Experiências de Marca. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE EXPERIÊNCIAS DE MARCA

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Experiências de Marca. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA DE MEIOS

Pontuação máxima atribuída a uma agência de Meios. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE DE MEIOS

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Meios. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR AGÊNCIA INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Integração e Inovação. Não inclui Causas Sociais.

MELHOR ANUNCIANTE INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Integração e Inovação. Não inclui Causas Sociais.

8. RANKINGS ANUAIS CCP

É de grande importância preencher todos os campos com os responsáveis das várias áreas que executaram os trabalhos que inscrevem, uma vez que pontuam para o Ranking da Criatividade CCP 2020.

CAMPOS PARA AS AGÊNCIAS

- Diretor Criativo
- Diretor Arte
- Designer
- Ilustrador
- Redator
- Programador
- Motion Graphics e 3D
- Estratega
- Diretor Contas
- Executivo Contas
- Arte Finalista
- Produtor

CAMPOS PARA AS AGÊNCIAS DE MEIOS

- Diretor de Serviço a Clientes
- Diretor de Contas de Meios
- Planeador de Meios
- Planeador de Meios Digitais

CAMPOS PARA PRODUTORAS

- Sound Designer
- Fotógrafo
- Realizador
- Editor
- Diretor de fotografia

PROCESSO DE INSCRIÇÃO

1. INSCRIÇÃO ONLINE

O processo de inscrição é composto por **3 FASES**:

- A. Inscrição Online
- B. Pagamento por transferência
- C. Envio de materiais físicos, sempre que sejam uma mais valia para a avaliação do trabalho

As inscrições só são consideradas completas após pagamento e envio de comprovativo de transferência para o e-mail:

**FESTIVALCCP2020@
CLUBECRIATIVOS.COM**

As inscrições são consideradas completas após validação na plataforma online. No caso de irregularidades a agência é contactada durante o processo de inscrição.

1. INSCRIÇÃO ONLINE

Registe-se em [HTTPS://FESTIVALCCP2020.SUBMIT.TO](https://festivalccp2020.submit.to) introduzindo o nome, e-mail e dados da entidade que representa na área **INSCRIÇÕES**.

IMPORTANTE

- É necessário um novo registo por cada ano de inscrição;
- Na área de inscrições dispõe do regulamento, formulários e fichas para a inscrição online;
- Depois de realizado o login, utilize os formulários de inscrição seguindo as instruções;
- A validação final das inscrições só é efetuada após o encerramento da inscrição na plataforma.

EM CASO DE DÚVIDAS DURANTE O PROCESSO DE INSCRIÇÃO ENVIE UM E-MAIL PARA:

FESTIVALCCP2020@CLUBECRIATIVOS.COM OU CONTACTE A LINHA DE APOIO TLM: +351 915 195 910

VALOR INSCRIÇÕES E PAGAMENTO

1. VALOR
INSCRIÇÕES
2. FORMA
DE PAGAMENTO

VALOR DAS INSCRIÇÕES

VALOR DAS INSCRIÇÕES*EARLY BIRD

[2 Março a 30 Junho 2020]

Peças Individuais: 162€

Categoria Campanha: 450€

Integração e Inovação: 585€

VALOR DAS INSCRIÇÕES*

[1 Julho a 7 Setembro 2020]

Peças Individuais: 180€

Categoria Campanha: 500€

Integração e Inovação: 650€

FORMA DE PAGAMENTO

Transferência bancária:

CLUBE CRIATIVOS PORTUGAL

Millennium BCP

IBAN PT50.**0033.0000.45206701106.05**Envie o comprovativo
de transferência para:**festivalccp2020@****clubecriativos.com****NOTA: AS INSCRIÇÕES SÃO APENAS VÁLIDAS APÓS PAGAMENTO.**

DESCONTOS

1. QUANTIDADE
2. SÓCIOS CCP
3. INDIE

1. DESCONTO QUANTIDADE

DESCONTO QUANTIDADE

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

2. DESCONTO SÓCIO CCP

DESCONTO SÓCIOS

Todas as **entidades sócias** do CCP têm um desconto de **5%** sobre o valor total das inscrições. Este desconto pode ser cumulativo com o desconto por quantidade. Todas as **entidades INDIE sócias** do CCP têm um desconto de **2,5%** sobre o valor total das inscrições. Este desconto pode ser cumulativo com o desconto por quantidade.

3. DESCONTO INDIES

DESCONTO INDIE

Todas as inscrições realizadas por **profissionais independentes** ou **microempresas** [até 5 colaboradores] têm um desconto de **50%** sobre o valor total das inscrições. Para obter este desconto deve ser enviado para o e-mail **festivalccp2020@clubecriativos.com** o **comprovativo de segurança social** com o número de trabalhadores inscritos, até um prazo máximo de 2 dias após a inscrição. No caso de ser **sócio indie**, aos **50%** de desconto é adicionado o desconto de **2,5%**.

OBSERVAÇÕES IMPORTANTES

AS INSCRIÇÕES DEVEM SER FEITAS PELAS AGÊNCIAS OU PROFISSIONAIS INDEPENDENTES E NÃO POR GRUPOS.

CATEGORIAS FESTIVAL CCP

1. PUBLICIDADE
2. DESIGN
3. DIGITAL E SOCIAL
4. EXPERIÊNCIAS
DE MARCA
5. CRAFT
6. MEIOS
7. INTEGRAÇÃO
E INOVAÇÃO

1. PUBLICIDADE

1. PUBLICIDADE

- A. FILME
- B. RÁDIO
- C. IMPRENSA
- D. OUTDOOR
- E. DIREÇÃO ARTE
- F. ILUSTRAÇÃO
- G. COPY
- H. CAUSA SOCIAL
E BEM PÚBLICO
- I. AUTOPROMOÇÃO

1. PUBLICIDADE

A. FILME

Destinado a filmes publicitários de Televisão, Cinema, Internet, Social Media, Mobile, etc.

A1. Filme até 30”**A2. Filme com mais de 30”****A3. Campanha**

[3 ou mais execuções]

A4. Conteúdo de Marca

[séries, documentários, web séries, conteúdos mobile em vídeo produzidos para uma marca]

B. RÁDIO

Destinado a formatos áudio em rádio, incluindo plataformas digitais.

B1. Spot de Rádio**B2. Campanha de Rádio**

[3 ou mais execuções]

B3. Conteúdo de marca áudio

[live copys ou outros formatos]

C. IMPRENSA**C1. Anúncio****C2. Campanha**

[3 ou mais execuções]

C3. Conteúdo de marca em imprensaD. OUTDOOR**D1. Outdoor**

[4x3, 8x3, mupi e outros formatos tradicionais]

D2. Outdoor/ Poster

[formatos alternativos a 4x3, 8x3, mupi]

D3. Campanha Outdoor / Póster

[3 ou mais execuções]

D4. Outdoor Digital

[outdoors que incluem tecnologia digital, integrados ou não com outras plataformas.]

D5. Instalação Outdoor

[Peças de publicidade imersiva, incluindo quiosques, mobiliário urbano, experiências ao vivo, pop-ups e outros ambientes públicos construídos para o efeito.]

E. DIREÇÃO DE ARTEF. ILUSTRAÇÃO**F1. Imprensa ou Outdoor****F2. Filme**G. COPY**G1. Imprensa ou Outdoor****G2. Rádio ou Filme**H. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**H1. Filme de Responsabilidade social corporativa****H2. Rádio de Responsabilidade social corporativa****H3. Imprensa de Responsabilidade social corporativa****H4. Outdoor de Responsabilidade social corporativa****H5. Filme de Causas sociais e Serviço público****H6. Rádio de Causas sociais e Serviço público****H7. Imprensa de Causas sociais e Serviço público****H8. Outdoor de Causas sociais e Serviço público**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. Nesta categoria, incluem-se campanhas de filme, rádio, imprensa e outdoor.

Nota:

Produtoras de som e imagem podem inscrever os seus trabalhos em Causas Sociais e Bem Público e em Autopromoção.

2. DESIGN

2. DESIGN

- A. BRANDING
- B. DESIGN
GRÁFICO
- C. DESIGN
EDITORIAL
- D. PACKAGING
- E. ILUSTRAÇÃO
- F. TIPOGRAFIA
- G. DESIGN DE
AMBIENTES
- H. FOTOGRAFIA
- I. CRAFT
- J. COPY
- K. CAUSAS SOCIAIS
E BEM PÚBLICO
- L. AUTOPROMOÇÃO

OS EQUIPAMENTOS E ESPAÇOS FOTOGRÁFICO DO REGISTO SÃO CONSIDERADOS. É OBRIGATÓRIO O REGISTO FOTOGRÁFICO DOS ESPAÇOS E EQUIPAMENTOS.

NOTA: OS PROJETOS APRESENTADOS APENAS EM DESENHO (RENDERS) NÃO SÃO CONSIDERADOS.

2. DESIGN

A. BRANDING

- A1. Naming**
- A2. Logótipo**
- A3. Imagem corporativa para pequenas empresas**
[- de 25 empregados]
- A4. Imagem corporativa para grandes empresas**
[+ de 25 empregados]
- A5. Rebranding**

B. DESIGN GRÁFICO

- B1. Poster**
- B2. Peça Pontual**

C. DESIGN EDITORIAL

- C1. Publicação Corporativa**
[Engloba Brochuras, Catálogos e Relatórios & Contas]
- C2. Publicação Periódica**
[Revistas]
- C3. Livro**
[Engloba capa, paginação e design]
- C4. Capa de Livro ou Revista**
- C5. Publicação digital**

D. PACKAGING

- D1. Rótulo**
- D2. Embalagem**

E. ILUSTRAÇÃO

- E1. Ilustração Editorial**
[Revistas e livros]
- E2. Ilustração de Comunicação**
[Branding e/ou Campanhas de Marca]
- E3. Infografia**

F. TIPOGRAFIA

- F1. Tipografia Completa**
- F2. Tipografia Experimental**
[Utilizada para logos, headlines ou outros, sem pretensão de ser uma tipografia completa, feita de raiz ou adaptando tipografias existentes]

G. DESIGN DE AMBIENTES

- G1. Espaço Corporativo para uma marca**
[Stands, pop-ups, Pontos de venda e Espaços comerciais temporários ou definitivos]
- G2. Instalações de marca**
[Um objeto, um troféu, uma instalação, ou um elemento da marca num espaço]
- G3. Sinalética**
[projetos de sinalética]
- G4. Exposição**
[design de exposições]

H. FOTOGRAFIA

- H1. Fotografia**

I. CRAFT

- I1. Acabamento e impressão**

J. COPYK. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO

- K1. Responsabilidade social corporativa**
- K2. Causas sociais e serviço público**

L. AUTOPROMOÇÃO

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

3. DIGITAL E SOCIAL

3. DIGITAL E SOCIAL

- A. DESIGN DIGITAL
- B. EXPERIÊNCIA
DIGITAL
- C. EXPERIÊNCIA
MOBILE
- D. CRAFT
- E. SOCIAL
AND CONTENT
- F. CAUSAS SOCIAIS
E BEM PÚBLICO
- G. AUTOPROMOÇÃO

3. DIGITAL E SOCIAL

A. DESIGN DIGITAL**A1. User interface****A2. Direção de Arte****A3. Storytelling****A4. Rich Media**

[Melhor utilização de publicidade digital com recursos avançados como vídeo, áudio ou outros elementos que incentivam a interagir e se envolver com o conteúdo.]

B. EXPERIÊNCIA DIGITAL**B1. Experiência Digital Corporativa****B2. Experiência Digital em Campanha****B3. Experiência Editorial****B4. Comércio Eletrônico & Serviços****B5. Integração de instalações Online e Offline****B6. Transmedia**

[Melhor utilização de diferentes plataformas digitais para contar uma ideia]

B7. Conteúdo de MarcaC. EXPERIÊNCIA MOBILE**C1. Mobile App de Serviços & Utilitária****C2. Mobile App Corporativa & Conteúdos****C3. Site Mobile****C4. Wearables & Connected Devices**D. CRAFT**D1. Motion graphics****D2. Data visualisation****D3. Copy****D4. Integração tecnológica****D5. Melhor utilização tecnologia social****D6. Melhor utilização tecnologia mobile**E SOCIAL AND CONTENT**E1. Criação de Conteúdo****E2. Melhor Ação Digital em Tempo Real****E3. Melhor Ativação Stunt Social Media****E4. Melhor Post Isolado**F. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**F1. Responsabilidade social corporativa****F2. Causas sociais e serviço Público**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.

4. EXPERIÊNCIAS DE MARCA

4 . EXPERIÊNCIAS DE MARCA

- A. MARKETING
 DIRETO
- B. RELAÇÕES
 PÚBLICAS
- C. EVENTOS
 E ATIVAÇÃO
- D. CAUSAS SOCIAIS
 E BEM PÚBLICO
- E. AUTOPROMOÇÃO

4 . EXPERIÊNCIAS DE MARCA

A. MARKETING DIRETO

Campanhas de comunicação que geram uma resposta mensurável e demonstrável, em meios digitais ou offline. No entanto, mantém-se também nesta categoria o primado da valorização da ideia.

A1. B2C**A2. B2B**B. RELAÇÕES PÚBLICAS

Aqui podem concorrer campanhas claramente lideradas por uma ideia de RP que recorrem a vários meios e/ou disciplinas.

B1. Ação B2B**B2. Campanha B2B****B3. Ação B2C****B4. Campanha B2C****B5. Ação de Comunicação Interna****B6. Campanha de Comunicação Interna****B7. Gestão de Reputação e de Crise****B8. Ação pontual de RP**

[Press-kit, ação ao vivo como stunts, em meios digitais ou em mass media]

B9. Ação de PatrocínioC. EVENTOS E ATIVAÇÃO

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. São ainda avaliados eventos dirigidos a outros grupos específicos, tais como o Público interno e eventos Business to Business, querendo premiar tanto as ideias mais criativas para envolver esses públicos, como a qualidade da sua implementação.

C1. Evento para o consumidor

[Inclui os eventos e experiências de marca, ativações, roadshows, demonstrações e promoções de produto]

C2. Evento Corporativo

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

C3. Ação de Guerrilha

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

C4. Ação de Sampling

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

C5. Ponto de Venda

[Ações de marca no ponto de venda]

D. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO

Procura-se aqui a melhor utilização das disciplinas de marketing direto, relações públicas, eventos e ativação 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.

D1. Responsabilidade**social corporativa****D2. Causa social****e serviço público**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.

5. CRAFT

5. CRAFT

- A. FILME
- B. RÁDIO
- C. IMPRENSA
E OUTDOOR
- D. CAUSAS SOCIAIS
E BEM PÚBLICO
- E. AUTOPROMOÇÃO

INSCRIÇÕES APENAS ACESSÍVEIS A PRODUTORAS

TRABALHOS EM CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO E EM AUTOPROMOÇÃO.

NOTA: PRODUTORAS DE SOM E IMAGEM PODEM INSCREVER OS SEUS

5. CRAFT

A. FILME**A1. Realização****A2. Direção de Fotografia****A3. Edição****A4. Pós-Produção****e Efeitos Especiais****A5. Banda Sonora Original**

[Música composta para sonorizar projeto.

A composição musical deve identificar os nomes dos autores da música]

A6. Banda Sonora Adaptada

[Obrigatório demonstrar a banda original para reconhecimento de adaptação]

A7. Sound Design**A8. Animação****A9. Motion Graphics****A10. Direção de Arte****A11. Videoclip**

[Vídeos musicais feitos para promover bandas que se destaquem pela realização, direção de fotografia, edição, pós-produção, sound design, animação, motion graphics ou direção de arte]

B. RÁDIO**B1. Sound Design**C. IMPRENSA E OUTDOOR**C1. Fotografia**D. CAUSAS SOCIAIS**D1. Responsabilidade social corporativa****D2. Causas Sociais e Serviço Público**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.

6. MEIOS

6. MEIOS

-
- A. TELEVISÃO
 - B. CINEMA
 - C. RÁDIO
 - D. IMPRENSA
 - E. OUTDOOR
 - F. MEIOS DIGITAIS
 - G. INOVAÇÃO
 - H. CAMPANHA
INTEGRADA
MULTIMEIOS
 - I. CAUSAS SOCIAIS
E BEM PÚBLICO
 - J. AUTOPROMOÇÃO

6. MEIOS

A. TELEVISÃO

A1. Melhor utilização de Televisão
A2. Melhor utilização / criação
conteúdos Televisão / patrocínio

B. CINEMA

B1. Melhor utilização / criação
de espaços em Cinema

C. RÁDIO

C1. Melhor utilização de Rádio
C2. Melhor utilização / criação
conteúdos Rádio

D. IMPRENSA

D1. Melhor utilização de Imprensa
D2. Melhor utilização / criação
conteúdos Imprensa

E. OUTDOOR

E1. Melhor utilização /
instalação Outdoor

F Meios Digitais

F1. Melhor utilização
Meios Digitais
F6. Influenciadores
F7. Data e Performance
F8. New media
F9. Campanha Digital Media

G. INOVAÇÃO

G1. Inovação em Meios

H. CAMPANHA
INTEGRADA MULTIMEIOSI. CAUSAS SOCIAIS
E BEM PÚBLICO

I1. Responsabilidade
social corporativa
I2. Causas Sociais
e Serviço Público

J. AUTOPROMOÇÃO

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

7. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

7. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

- A. PROJETO
INTEGRADO
- B. INOVAÇÃO

ESTA CATEGORIA TEM COMO OBJETIVO PREMIIAR A IDEIA, INDEPENDENTEMENTE DO TIPO DE PROJETO, PRODUTO, CLIENTE OU BUDGET.

TODAS AS PEÇAS SÃO SUBMETIDAS COMO UMA ÚNICA INSCRIÇÃO, TODOS OS PROJETOS SÃO AVALIADOS, EM CONJUNTO, PELOS PRESIDENTES DE JÚRI DAS CATEGORIAS QUE INTEGRAM ESTE FESTIVAL JUNTAMENTE COM REPRESENTANTES DA DIREÇÃO DO CCP.

7. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

A. PROJETO INTEGRADO**A1. Projeto Integrado****B. INOVAÇÃO****B1. Uso da tecnologia****B2. Inovação**

[Conceção e aplicação de ideias de desenvolvimento de produto ou que transformam o modelo de negócio, ideias lideradas por dados e/ou tecnologia que sejam capazes de redefinir a relação entre uma marca e o consumidor]

REGRAS DE INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS

1. REGRAS DE
INSCRIÇÃO
E ENVIO
DE MATERIAIS
2. REGRAS E
OBSERVAÇÕES
3. ENVIO DE
MATERIAIS
INSCRITOS

1. REGRAS DE INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS

A. AS INSCRIÇÕES SÃO REALIZADAS ONLINE

Todos os participantes devem registrar-se na plataforma do **FESTIVAL 2020**.

Com todas as informações do questionário online:

HTTPS://FESTIVALCCP2020.SUBMIT.TO

Para todas as inscrições de trabalhos é necessário o **preenchimento do formulário de inscrição online**.

Pode ser consultado documento de apoio à inscrição.

B. 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.

C. NÃO SÃO NECESSÁRIOS ELEMENTOS FÍSICOS OU IMAGENS EM ALTA RESOLUÇÃO

Não é necessário o envio de pranchas físicas no processo de inscrição.

Os trabalhos premiados em Shortlist são exibidos num ecrã gigante durante o Festival.

D. MATERIAIS FÍSICOS

Devem ser enviados todos os materiais físicos que sejam **relevantes** e **úteis** para a **avaliação do projeto** no ato da sua inscrição.

Incluindo amostras, brochuras, folhetos, embalagens de produtos, posters, materiais de ponto de venda, etc.

- **IMPORTANTE SOBRE PEÇAS FÍSICAS**

Estes materiais não são devolvidos à entidade que inscreve, ficando

propriedade do **Clube Criativos Portugal**.

O Clube não se responsabiliza por qualquer furto ou estrago nas peças físicas que integram a exposição de trabalhos Shortlist.

NAS CATEGORIAS DE **DESIGN E EXPERIÊNCIA DE MARCAS / MARKETING DIRETO** É MUITO IMPORTANTE O **ENVIO IMEDIATO DE MATERIAIS FÍSICOS NO ATO DA INSCRIÇÃO**, QUE PERMITAM A AVALIAÇÃO ADEQUADA DOS PROJETOS. A NÃO EXISTÊNCIA DESTES MATERIAIS PODE DESVALORIZAR O PROJETO EM AVALIAÇÃO.

O material físico de apoio à avaliação do Júri é para fins expositivos. Deve ser enviado ou entregue em mão na sede do Clube, identificado com o respetivo número de código da inscrição [ID].

E. DESCRIÇÃO RESUMIDA DO BRIEFING

Breve texto com a **descrição da ideia** (e resultados obtidos, no respetivo campo do formulário online, respeitando o número de caracteres máximo. O seu não preenchimento é causa para **desclassificação**. O campo de resultados não é de preenchimento obrigatório, mas aconselhável.

F. IMAGEM IDENTIFICAÇÃO DE PROJETO/BOARD

Faça o upload da imagem, representativa de todo o projeto, no campo **BOARD** do formulário de inscrição online. As imagens devem ser em formato **PNG** ou **JPEG**, **72 DPI** com a dimensão máxima de **3000x3000px** e **10Mb**. 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 caso de **Rádio**, a **imagem** que **identifica o projeto** ou nome do projeto, não deve conter identificação da entidade que inscreve.

G. IMAGENS DO PROJETO

Para além da prancha de projeto é possível juntar outras imagens de suporte à avaliação do Júri. As imagens devem ser inseridas em **JPEG**, **72 DPI**, dimensão máxima **3000x3000px**, **8Mb**. Basta fazer o upload das imagens, no campo **IMAGENS** no formulário de inscrição online.

H. VIDEOCASE DO PROJETO

Apresentação vídeo com **2 minutos** no máximo, contendo filmes, imagens ou outros materiais que expliquem o projeto, acompanhado por comentário simples e claro em Português ou Inglês; recomendamos que a apresentação seja concisa e objetiva.

Os vídeos devem estar disponíveis **online no Youtube** e o seus **links** colocados no campo **LINK VIDEO CASE** do formulário. Não pode haver referências às entidades envolvidas, por exemplo: nome do canal, nome do ficheiro, descrições, assinaturas de vídeo, etc., sob risco de desqualificação.

I. 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 **VÍDEOS** do formulário de inscrição online. Pode também ser fornecido o **URL** de um site criado propositadamente para agrupar estes materiais. Este link deve ser inserido no campo **LINK PROJETO** e deve ser fornecido sem qualquer designação da entidade que inscreve o projeto.

J. 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.

K. MATERIAIS DIGITAIS

Os **materiais digitais**, [ex. site] pertinentes para avaliação de projeto, podem estar num **URL** criado propositadamente para o efeito. 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.

2. REGRAS E OBSERVAÇÕES

- A. No caso de uma peça ser inscrita por **duas entidades diferentes**, é aceite a que mais se aproxima da **categoria** em questão, especificamente na Categoria de Craft onde as empresas que produziram [produtoras, fotógrafos, etc.] as peças têm preferência. Caso este critério não seja relevante, considera-se aceite a peça da entidade que a **inscreveu em primeiro lugar**.
- B. Nas inscrições em **Campanha**, só são consideradas Campanhas **a partir de 3 temas**.
- C. **IMPORTANTE**
Campanhas e Execuções Individuais em Publicidade:
- As **Campanhas não são separáveis**.
As peças individuais podem ser agrupáveis, caso o júri entenda que deve mudar os trabalhos individuais para a sub-categoria campanha.
 - Nas **sub-categorias de Publicidade** [filme, rádio, imprensa e outdoor], os participantes podem **inscrever** o mesmo trabalho como **peça individual e campanha**, mas o júri pode apenas **premiar na sub-categoria onde mais se destaca**. Esta decisão é soberana e final.
- D. No caso da categoria **Integração e Inovação**, todas as peças [filmes, cartazes e outras] são submetidas como uma **única inscrição**.
- E. Os **teasers** de um anúncio **não são considerados uma peça autónoma** e não estão sujeitos a pagamento.
- F. Escolha a categoria corretamente. É possível inscrever a mesma peça em mais do que uma categoria.
- G. Cumpra todas as especificações de envio e assegure que as peças se encontram em boas condições e com identificação da Agência/Entidade/Profissional Independente que inscreve.
- H. **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/Entidade/Profissional Independente ou pessoas envolvidas no projeto, sob risco de desclassificação.
- I. Preencha corretamente a ficha técnica das peças com os **nomes dos intervenientes**. Os pontos contam para a elaboração do **Ranking Nacional de Criatividade**, publicado pelo CCP todos os anos.

J. Os **certificados** Prémio/Ano têm um custo de **50€** para não sócios.

K. São aceites **inscrições de trabalhos em conjunto** com mais do que uma agência, mas os **pontos** a atribuir pelos prémios conquistados são **divididos pelo número de agências** que inscreverem em conjunto esse mesmo trabalho.

PONTUAÇÃO AUTOPROMOÇÃO E CAUSAS SOCIAIS

Os pontos obtidos com trabalhos de Autopromoção e de Causas Sociais e Bem Social não são contabilizados para a eleição do Anunciante do Ano e da Agência do Ano Global/Categoria. Entende-se por autopromoção todos os trabalhos realizados para a própria empresa de comunicação ou para empresas do mesmo grupo de comunicação, inscritos em qualquer categoria.

PONTUAÇÃO PRODUTORAS SOM E IMAGEM

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] são entregues às produtoras áudio. A distinção de produtora de som do ano e produtora de imagem do ano é atribuída 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, é eleita a empresa de som e de imagem de maior pontuação seguinte. As inscrições de produtoras não pontuam para as agências e vice-versa.

PONTUAÇÃO AGÊNCIAS DE MEIOS

A distinção de agência de Meios do ano é atribuída apenas a empresas cuja atividade seja correspondente. Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou estúdio ou outra empresa cuja atividade não seja a de meios, deve ser eleita a empresa de meios de maior pontuação seguinte. Podem também inscrever os seus trabalhos nas restantes categorias, desde que provem ser os autores da ideia.

3. ENVIO DE MATERIAIS

Todas as peças físicas devem ser enviadas ou entregues em mão na sede do CCP, durante a primeira semana de Setembro, até às 18h00.

XXII Festival CCP

Campo de Santa Clara
Mercado de Santa Clara 1º piso
1100-472 Lisboa

DATA DE ENTREGA DE TODAS AS PEÇAS FÍSICAS:
PRIMEIRA SEMANA DE SETEMBRO, ATÉ ÀS 18H00.

PARA INFORMAÇÕES E APOIO ÀS INSCRIÇÕES
ENVIE E-MAIL PARA:

**FESTIVALCCP2020@
CLUBECRIATIVOS.COM**

915 195 910
[LINHA DE APOIO]

IMPORTANTE:
AO INSCREVER OS SEUS TRABALHOS
NO XXII CONCURSO CLUBE CRIATIVOS
PORTUGAL 2020, RECONHECE E ACEITA
AS REGRAS DESTE REGULAMENTO.

WWW.CLUBECRIATIVOS.COM