



PALMEIRA

A NEWSLETTER DO PRÉMIO NACIONAL DE PUBLICIDADE

Publicidade Digital é o lema da 7ª Edição do PNP

A 7ª Edição do PNP já está na forja e o lançamento está próximo, prometendo uma série de novidades empolgantes, sob o tema publicidade digital.



pag. 3

Festival Mundial de Publicidade de Gramado: “Transformando ideias em Impactos Reais”



pag. 12



Prémios Lusófonos da Criatividade 2023-2024

Inscrições abertas até 19 de abril

A entrega dos troféus da XI edição dos Prémios Lusófonos da Criatividade 2023-2024 já tem data: 30 de abril. Entretanto, já decorrem as inscrições, para todos os países que falam a língua portuguesa. As candidaturas estão abertas até o próximo dia 19 de abril.

pag. 4



CONTEÚDOS

03 Notícias

Publicidade Digital é o lema da 7ª Edição do PNP

Prémios Lusófonos da Criatividade 2023-2024

Pitcher Awards anuncia mudanças para este ano

Registo das agências de publicidade na ARC é obrigatório

07 Academia Palmeira

O papel das agências na regulação do mercado publicitário

Quem e como são as empresas publicitárias cabo-verdianas e que concorrem ao PNP

Kantar anuncia as tendências do marketing para 2024

Os meios de comunicação na publicidade: ferramentas poderosas

12 Eventos

Festival Mundial de Publicidade de Gramado

Eventos em África que abordam o setor publicitário e criativo

FICHA TÉCNICA

Propriedade: Prémio Nacional de Publicidade | **Edição:** EME Publicações | **Direção:** Maria Martins, Diretora do PNP

Redação: Teresa Sofia Fortes & Renibly Monteiro | **Design e Paginação:** GCI - EME Marketing & Eventos (José Correia)

Email: pnp@eme.cv | **Facebook:** Prémio Nacional de Publicidade

Publicidade Digital é o lema da 7ª Edição do PNP



A 7ª Edição do **PNP** já está na forja e o lançamento está próximo, prometendo uma série de novidades empolgantes, sob o tema publicidade digital. Maria Martins, diretora do certame, apela aos criativos para que “abracem a marca PNP mais do que nunca, mantendo-se fiéis à sua essência e objetivo: premiar a excelência na publicidade em Cabo Verde”.

Maria Martins afirma que “a internet se tornou essencial para as marcas se comunicarem e se conectarem com os consumidores e o mercado em geral” e a publicidade digital, na sua constante evolução, “apresenta desafios cada vez mais complexos para profissionais, marcas e empresas do setor”. Daí que, considera a diretora do PNP, “é crucial que estas empresas ofereçam suporte às estratégias com soluções personalizadas alinhadas aos objetivos comerciais e de marketing”.

Visando trazer este tema para o debate público, a 7ª Edição do PNP será um espaço rico para debates e diálogos substanciais sobre a publicidade digital,

“reconhecendo o seu papel fundamental na era atual”, explica Maria Martins, que também anuncia a introdução de novas categorias de prémios, entre os quais se destacam o **Grande Prémio Palmeira**, cujo vencedor será escolhido entre os vencedores de diversas categorias, e o **Prémio Media do Ano**.

A diretora do PNP afirma que “confia na competência técnica nacional e encoraja marcas, entidades governamentais e políticas a reconhecerem e apoiarem o talento local, que tem se destacado no setor com soluções inovadoras e diferenciadas”. Por isso convida criativos, empresas do setor, meios de comunicação e estudantes universitários a organizarem as suas candidaturas e “se prepararem para mais um desafio que vale a pena”.

“Ser reconhecido na maior vitrine de publicidade em Cabo Verde é uma oportunidade única para destacar o seu trabalho e contribuição para o crescimento do setor”, conclui Maria Martins.

Prémios Lusófonos da Criatividade 2023-2024



Inscrições abertas até 19 de abril

A entrega dos troféus da XI edição dos Prémios Lusófonos da Criatividade 2023-2024 já tem data: 30 de abril. Entretanto, já decorrem as inscrições para todos os países que falam a língua portuguesa. As candidaturas estão abertas até o próximo dia 19 de abril.

Único no mundo criado com o intuito de premiar, homenagear e debater os mercados publicitários e de comunicação dos países de língua oficial portuguesa os Prémios Lusófonos da Criatividade já vão na sua 11ª edição.

Sediado em Portugal, os “Lusos” assumem como sua missão enaltecer o melhor trabalho feito por agências, profissionais, estúdios e produtores em todos os países que partilham a língua portuguesa.

Há duas grandes categorias de prémios. AGÊNCIA DO ANO é a categoria para a qual as agências são apuradas pelo seu lugar no ranking lusófono e por país, estando subdividida oito sub-categorias: publicidade, design, digital, ativação e eventos, media, produtora, network e cliente.

Paralelamente, estão a concurso outras 20 categorias, que integram várias áreas, desde as mais tradicionais (como filme, imprensa, rádio, outdoor, eventos) às mais contemporâneas (digital mobile, social media).

Descubra mais em <https://www.premioslusofonos.com/>.



Um conteúdo oferecido pela **5ª Edição do PNP**.
Em cada página, conhecimentos que vão enriquecer o seu percurso.
Preencha o **formulário** e receba o seu exemplar gratuitamente!



Pitcher Awards anuncia mudanças para 2024

A 7ª edição do Pitcher Awards – o Festival da Criatividade Africana – está marcada para 18 de maio, com muitas novidades em carteira, entre as quais novos prémios e categorias. O período de elegibilidade é até 31 de março de 2024.

Além de duas novas categorias em competição (Eficácia e Cultura), a edição deste ano inclui duas novas premiações especiais: Africa Agency Network of the Year e Africa Media Agency Network of the Year).

As inscrições estão abertas a trabalhos criados, lançados ou implementados em África tanto por organizações lucrativas quanto por organizações sem fins lucrativos, ou produzidos fora do continente, mas lançados na região, e também peças criadas para beneficiar a diáspora africana.

Será avaliada a criatividade expressa em toda a África por meio de vários meios, incluindo impressão, filme, áudio, outdoor, relações públicas, entretenimento,

digital, bem como a criatividade direcionada para o bem da humanidade.

A gala de atribuição dos prémios será transmitida on line e nos principais canais de televisão em África.



Registo das agências de publicidade na ARC é obrigatório

O Decreto-lei nº 47/2018 diz que é dever das operadoras de publicidade o registo junto da Autoridade Reguladora da Comunicação Social (ARC). Até a data, registaram-se 24 empresas publicitárias, mas no mercado operam muitas mais.

A maioria das operadoras de publicidade registadas na ARC tem sede na ilha de Santiago, mais propriamente na cidade da Praia. Há apenas duas exceções, uma sediada na ilha do Sal e outra na ilha de S. Vicente.

Para realizar o registo, é necessário preencher um requerimento com informações como nome ou denominação da agência, sigla utilizada, contatos, entidade proprietária (caso houver) e forma jurídica de que reviste, e que deve ser devidamente assinado.

Além disso, é preciso anexar cópia do documento de identificação do responsável pela agência de publicidade



ou do representante legal (em casos de representação), certidão de registo comercial atualizada, relação discriminada dos titulares de capital social (sociedade anónima).

O registo é pago (10.000\$00), devendo o comprovativo de pagamento dos emolumentos ser também anexado ao pedido de inscrição.



CONNOSCO
**OS SEUS
 NEGÓCIOS
 VÃO MESMO
 CRESCER**

Apostámos em novos padrões de qualidade e diversidade ao fornecer soluções de impressão a preços competitivos em Cabo Verde

www.imprima.cv

... :: :: :: :: :: :: :: OS NOSSOS **SERVIÇOS**



PRÉ-IMPRESSÃO
DESIGN GRÁFICO E PAGINAÇÃO



IMPRESSÃO E ACABAMENTOS
DIGITAL E OFFSET

- Livros capa dura e capa mole
- Agendas
- Desdobráveis
- Cartazes
- Flyers
- Capas de processo
- Bloco de notas
- Blocos autocopiativos
- Jornais
- Newsletters
- Publicações agrafadas
- Publicações com espiral
- Estacionário empresarial



IMPRESSÃO E ACABAMENTOS
DIGITAL GRANDE FORMATO

- Outdoors
- MUPI's
- Cartazes
- RollUp's e banners
- Vinil impresso
- Vinil de recorte
- PLV's e PVC
- Decoração de: Montras e Interiores
- Lonas e telas
- Pendurantes



SUBLIMAÇÃO E BORDADOS
TEXTIL PROMOCIONAL

- T-Shirt's e polos sublimados e bordados
- Lanyards e material de merchandising

O papel das Agências na regulação do mercado publicitário

António Adão | CEO da Limão Advertising | Cabo Verde



Vivemos em Cabo Verde, um mercado pequeno, onde, várias agências, que são mais produtoras, ou que são mais produtoras gráficas, ou mais produtoras audiovisuais, inclusive os meios de divulgação e difusão (como a RTC, a TV Record Cabo Verde e a Tiver), têm necessidade de dizer também que são criativos e geram anúncios. Todos acabam por funcionar como agências e isto levamos ao problema da regulação do mercado.

Neste mercado há uma corrida natural às margens do lucro e isto puxa pela concorrência não especializada e ao mesmo tempo gera dumping no mercado, que é a prática de despejar num determinado mercado produtos a um preço inferior aos que esse mercado tem para impossibilitar que quem produz não consiga preços justos pelos seus produtos.

Nós próprios, com este tipo de

comportamento, desvalorizamos cada vez mais o nosso trabalho. Dizemos claramente ao mercado: não valemos nada e, portanto, podem massacrar-nos com pedidos de descontos e descontos que nós vamos fazer! Porque toda a gente faz tudo.

Em Cabo Verde ainda não existe uma entidade que defenda os interesses de todos aqueles que fazem a publicidade, a comunicação e o marketing. Temos a Autoridade Reguladora para a Comunicação Social (ARC), uma agência que está preparada para a comunicação social e, portanto, apenas roça aquilo que todos nós precisamos ver resolvido.

Falta no país uma entidade que olhe por nós, que nos ajude a regulamentar as nossas tabelas de preços, mesmo que sejam mínimos. O Brasil tem o Conselho Executivo das Normas Padrão (CEMPE), cuja função é certificar a qualidade técnica das agências de publicidade.

Todos somos criativos, vamos lá montar uma agência! Mas, atenção, há gente que estudou para isso e que trabalhou para isso, há gente que viveu disso a vida toda e que tem ciência para fazer as coisas neste setor.

Obviamente, todos nós podemos ter a melhor ideia do mundo, mas tê-las todos os dias, sob pressão, com a necessidade de cumprimento e com bocas para sustentar? Esta é a vida das pessoas que trabalham nesta área, e essas precisam de dignidade, de transparência, ética e defesa, aqui

em Cabo Verde ainda não existe nada disto, mas é importante que exista.

Cada vez que uma empresa lança uma boa campanha há mais clientes a quererem uma boa campanha, o que é espetacular porque mexe com toda a gente: connosco, com os jovens que se estão a lançar no mercado, com os que estudam e que estão à procura de oportunidades, com a concorrência e com os anunciantes, que querem ver trabalhos de qualidade a sair.

Temos também uma crescente motivação para a consulta de agentes especializados e uma maior informação e qualificação dos quadros superiores das empresas, cada vez mais agências a permitir que haja estágios.

Por outro lado, lidamos com a crise de incertezas, as pandemias e agora a guerra, a desconfiança sobre o futuro traz um consequente investimento no marketing. Aliás, uma das regras de ouro é: cada vez que temos crise, os 4% de orçamento que uma empresa deveria ter para o marketing são imediatamente congelados.

Este é um mercado lindo e fantástico, amo-o e não quero fazer outra coisa na vida, contudo temos de nos valorizar mais, temos que puxar pelo setor, senão não vale a pena. Temos que fazer um djuntamon e tentar encontrar um sistema em que todos consigamos funcionar com todos, pensar para além da carteira da nossa empresa, do ego de quem trabalha e do querer fazer bonito diante do concorrente.

Quem e como são as empresas publicitárias cabo-verdianas e que concorrem ao PNP

Embora os dados oficiais ainda não refletem isso, o mercado da publicidade cabo-verdiana está a crescer e a contribuir significativamente para a economia nacional. Uma pesquisa efetuada pela EME – Marketing & Eventos, autora e organizadora do PNP, apurou que cerca de duas centenas de entidades operam no setor, sendo 84% constituído por empresas e 16 % por meios de comunicação social e freelancers.

Entre estas empresas estão os 11 concorrentes à 6ª edição do Prémio Nacional de Publicidade. Mas quem e como são essas empresas? Geograficamente, estão concentradas na ilha de Santiago, mais propriamente na cidade da Praia (91%). Ou seja, apenas 9% não está sediada na capital do país, estando localizada ou na ilha de São Vicente ou na ilha do Sal.

A maioria dos concorrentes à mais recente edição do PNP são empresas (72, 73%), num total de oito. Os números mostram também que a participação de freelancers é fraca (apenas dois), correspondendo a apenas 18 (18%), e ainda mais fraca é a inscrição de estudantes (9, 09%). Perante tais números, estará o copo meio cheio ou meio vazio? A ver vamos.

Na primeira edição do PNP (2017) foram cinco os concorrentes, número que seria superado na segunda vez em que o certame aconteceu (2018),

com a inscrição de mais 12 competidores. Mas, na terceira edição (2019), verificou-se uma queda para apenas 8 inscritos. Na quarta ocasião em que o PNP foi realizado (2020), observou-se uma melhoria (12 concorrentes).

Após um hiato em 2021, forçado pela pandemia da Covid 19 e cancelamento de todas as atividades públicas, o Prémio Nacional de Publicidade voltou a realizar-se em 2022, tendo-se verificado que o número de inscritos voltara a baixar, ficando-se pelos 11 concorrentes, cifra que se repetiria em 2023.

O número de trabalhos inscritos tem, entretanto, crescido. De 34 na primeira edição, passou-se para 60 na segunda. Em 2019 caiu para 24, mas no ano seguinte voltou a crescer (44), mantendo desde então uma tendência de crescimento com 73 obras inscritas em 2022 e 155 em 2023.

O Prémio Nacional de Publicidade é a única e maior mostra da criatividade publicitária em Cabo Verde. É o palco dos melhores e uma janela para a internacionalização. Está aberto às agências, criativos, estudantes universitários, media, gráficas e produtoras. Apenas os que concorrem têm a oportunidade de ver os seus trabalhos reconhecidos.

Esteja atento as novidades da 7ª edição!



Kantar anuncia as tendências do marketing para 2024



A Kantar, empresa líder mundial em dados e análises de marketing sediada em Londres (Inglaterra), aponta que em 2024 as empresas do setor devem sobretudo explorar fatores como inteligência artificial e valores culturais. Estas e outras tendências são apontadas no relatório da Kantar Marketing Trends 2024 e nós revelamos-lhe as cinco mais importantes.

1. Inteligência Artificial no processo criativo

Mais de metade dos profissionais de marketing (67%) são recetivos às possibilidades do recurso à Inteligência Artificial (AI) no processo criativo. Torna-se por isso relevante que as empresas entendam as implicações do uso de tecnologias de ponta na produção de conteúdos, pesando os pros e os contra.

2. Valores culturais

As iniciativas que exploram valores culturais se destacarão em 2024. Segundo o estudo da Kantar, 80% dos consumidores globais estão dispostos a comprar produtos de empresas que apoiam causas relevantes, daí que as marcas devem estar bem informadas em relação às questões mais amplas da sociedade.

3. Apoio a causas sociais e ambientais

2024 favorecerá empresas que se posicionem a respeito de questões sociais e ambientais e que sejam consistentes com a sua filosofia. O posicionamento pode gerar controvérsia, mas também garantirá um caminho para construir conexão emocional com os consumidores.

4. A troca para medidas holísticas de sucesso

Sabemos que 42% das empresas estão incorporando métricas de sustentabilidade em seus KPIs, comparado com 26% em 2021. Essa tendência demonstra uma transformação no mercado para um maior equilíbrio entre lucro, planeta e pessoas – não apenas como compromisso das empresas, mas como estratégia de negócios.

5. Inovação disruptiva para negócios rentáveis e sustentáveis

Marcas percebidas como inovadoras pelos consumidores alcançam três vezes mais crescimento do que as que não são. Por isso, atuar de forma disruptiva será uma agenda essencial para qualquer empresa que queira encontrar um caminho de crescimento em 2024.

Fonte: Exame



ORGULHOSAMENTE NACIONAL

A **Tecnici** Indústria é, hoje, uma das empresas com maior impacto no mercado alimentar do nosso país. São várias as marcas criadas, algumas até líderes de mercado nos seus segmentos e com um grau de presença cada vez maior nas nossas vidas. E como se consegue isso? Colocando as necessidades e as preferências dos cabo-verdianos em primeiro lugar. É esse o nosso compromisso, agora e sempre.

Os meios de comunicação na publicidade: ferramentas poderosas



Os meios de comunicação desempenham um papel crucial no universo da publicidade, qual espinha dorsal. São as ferramentas que conectam marcas ao seu público-alvo de maneira eficaz, dando-lhes a visibilidade necessária, entre outros benefícios.

Seja televisão, rádio, jornais, revistas ou plataformas online, os media oferecem um alcance massivo às empresas que desejam prosperar, permitindo que as mensagens publicitárias atinjam um vasto número de espectadores.

A diversidade de opções possibilita ainda às empresas escolher os canais mais adequados ao seu público-alvo, maximizando assim o impacto e moldando a percepção do público sobre uma empresa, seus produtos e seus valores.

A repetição consistente de mensagens publicitárias através de diferentes canais cria uma presença memorável, construindo uma marca sólida na mente dos consumidores, apresentando alguns, como as redes sociais, a vantagem da interatividade.

Além disso, os meios de comunicação oferecem uma variedade de formatos publicitários, desde anúncios tradicionais até conteúdos patrocinados e parcerias estratégicas, o que amplia o leque de abordagens.

Em suma, é incontestável o papel crucial dos meios de comunicação na publicidade. Em um mundo onde a concorrência é intensa e a atenção do consumidor é disputada, é fundamental tê-los como aliados indispensáveis.



Festival Mundial de Publicidade de Gramado: *“Transformando ideias em Impactos Reais”*

O Festival Mundial de Publicidade de Gramado acontecerá este ano de 22 a 24 de maio, no Brasil, sob o lema “Transformando ideias em Impactos Reais”. Nesta 24ª edição, estará em debate as estratégias de comunicação fundamentadas em dados que promoveram transformações importantes na sociedade.

O evento reunirá profissionais, especialistas e estudantes para discutir e compartilhar as principais tendências e inovações aliadas ao conhecimento prático da área e valorização dos profissionais, marcas e players que usam a criatividade, a tecnologia e o entretenimento para gerar resultados económicos e sociais.

À semelhança das edições anteriores, serão realizados seminários, palestras, exposições e workshops sobre temas da publicidade e propaganda, divididos em três trilhas/temas. A primeira, denominada Espiral do Tempo, consistirá em um debate para entender o

tempo presente e suas mudanças tecnológicas para criar projetos e ações mais assertivas e eficientes.

A segunda, designada “Impactos Reais”, propõe entender como usar os dados para embasar estratégias de crescimento voltados para projetos de impacto social e ambiental. A terceira, aborda o tema “Futuros possíveis”, com foco em criar oportunidades do futuro, por meio de experiências compartilhadas e vínculos significativos com os grandes nomes do mercado.

Estreado em 1976, este ano o festival irá mais uma vez atribuir o Troféu Galo de Gramado, que premeia o talento de profissionais da indústria criativa e reconhece executivos, influencers, media e agências que se dedicaram a realizar projetos transformadores, conectados com as principais demandas sociais, aliadas à criatividade, originalidade e relevância social.



Eventos em África que costumam abordar o sector publicitário e criativo

Todos os anos, África acolhe eventos anuais que promovem a excelência em diversas áreas e destacam o avanço da indústria criativa no continente, nomeadamente na área da publicidade. Damos-lhe agora a conhecer os principais certames.

O **Festipub** é um festival anualmente realizado em Angola, desde 2021, que promove e premeia a excelência da criatividade na comunicação empresarial, premiando anunciantes, agências, produtoras e estúdios que contribuem para o crescimento do mercado publicitário e da comunicação, em geral, a nível nacional e internacional.

No total, o festival atribui prémios em 70 categorias, sendo um Grande Prémio FESTIPUB, 52 Prémios Ouro, Prata e Bronze para cada categoria e ainda 17 Prémios Platina, estes últimos criados para galardoar as organizações, as iniciativas, os meios e as individualidades que mais marcaram a indústria criativa e a comunicação durante o ano.

Aberto a toda a lusofonia, o Festipub tem um corpo de jurados que, na sua composição, reflete essa filosofia, ou seja, integra profissionais do setor publicitário de todos os países que falam a língua portuguesa. Em 2023, Maria Martins, diretora do Prémio Nacional de Publicidade, integrou o júri, assim como Giordano Custódio, dono e diretor da GC Comunicações.

Os **Loeries Awards** celebram este ano 46 anos, focados na indústria criativa em geral, incluindo design e comunicação visual. Conhecidos em África por destacar as marcas, agências e pessoas que constroem uma narrativa criativa na região, os Loeries atuam como

um mecanismo para aumentar a publicidade televisiva desde 1978. A **Semana Criativa** deste concurso de talentos, que acontece durante dois dias no mês de outubro, é um dos pontos altos do certame.

De igual forma, o **African Cristal Festival** destaca o talento criativo na comunicação e publicidade em África. É um evento que acontece em dezembro, feito para profissionais de marketing e da indústria publicitária de todo o continente africano, por meio de competições, conferências e debates. É um concurso aberto às startups da indústria publicitária (media, tecnologia, inovação e digital) de África.

Já o **African Excellence Awards** é um prêmio que celebra a excelência nas áreas de comunicação corporativa, relações públicas e marketing, bem como realizações notáveis que moldam o sector empresarial do continente. O culminar desta celebração acontece com o anúncio e entrega de prémios aos vencedores no mês de julho.

A criatividade nas artes visuais e comunicacionais é prestigiada também pelos **Globes Africa Awards**, evento realizado em África e que abrange diversas categorias, incluindo publicidade e comunicação de marketing, tendo como ponto central o reconhecimento das campanhas inovadoras que impulsionam o mercado.

A **Pan-African Republic**, embora não seja estritamente um festival de publicidade, é igualmente importante para o setor, já que se trata de uma conferência sobre os media, tecnologia e sociedade que se foca em discussões relevantes para profissionais de publicidade.



Autoria e
organização:



Parceiro
institucional:



Ministério da Cultura
e das Indústrias Criativas