

Regulamento



REGULAMENTO

OBJETO

1. O **PRÉMIO NACIONAL DE PUBLICIDADE** tem por objeto a promoção da atividade publicitária em Cabo Verde através do reconhecimento da qualidade dos trabalhos publicitários e institucionais exibidos e veiculados. A premiação destaca aqueles que, pela sua criatividade e originalidade, contribuem para o desenvolvimento do mercado publicitário no país.
2. O **PRÉMIO NACIONAL DE PUBLICIDADE** é organizado pela EME-MARKETING & EVENTOS, entidade que detém o registo do título.
3. O **PRÉMIO NACIONAL DE PUBLICIDADE** é realizado bianualmente.

DESTINATÁRIOS

4. O **PRÉMIO NACIONAL DE PUBLICIDADE** está aberto a todas as Agências, Produtoras e Gráficas e a todos os Media, Criativos de Publicidade e Estudantes Universitários em Cabo Verde.
5. Os trabalhos concorrentes ao **PRÉMIO NACIONAL DE PUBLICIDADE** referem-se às áreas de Televisão, Rádio, Print (Jornal/Revista/Poster/folheto/Billboard), Internet, Branding, Branding Activation e Branded Content.
6. Os trabalhos a concurso devem ter como razão de ser a publicidade, seja de bens de produção e consumo, de serviços, seja de empresas ou de instituições, devendo ser assinados por Agências, Criativos, Media, Empresas ou Instituições com existência real e por Estudantes Universitários, que tenham sido destinados a exibição e veiculação no território nacional.
7. É permitido a inscrição conjunta na mesma categoria de peças que tenham envolvido vários intervenientes no processo de conceção e produção.
8. Não serão aceites trabalhos que violam leis ou regras regulatórias de conduta vigentes em Cabo Verde.

PRÉMIOS

9. As distinções serão feitas através de **Prémios PALMEIRA**.
10. Serão atribuídos os seguintes prémios aos melhores trabalhos comprovadamente veiculados através dos meios tradicionais e não tradicionais, durante o ano de vigência do concurso e conforme se segue:

a) **TELEVISÃO**

Melhor Publicidade Comercial ou institucional para promover ou divulgar uma marca, um produto ou serviço para o meio televisão.

b) **RÁDIO**

Melhor Publicidade comercial ou institucional para promover ou divulgar uma marca, um produto ou serviço para o meio rádio.

c) **REALIZAÇÃO**

Melhor direção de realização para publicidade audiovisual melhor narrativa, melhores enquadramentos e planos de câmaras.

d) **PRINT**

Melhor publicidade print (conjunto de, no mínimo, duas peças) de carácter persuasivo, institucional para promover uma determinada marca, um produto ou serviço no meio print.

e) **INTERNET**

- Melhor campanha em Redes Sociais.
- Melhor utilização de Influenciadores Digitais.

f) **CAMPANHA INTEGRADA**

Melhor campanha integrada composta por quatro ou mais anúncios divulgados em, pelo menos, 4 (quatro) meios diferentes de comunicação.

g) **RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Melhor campanha de responsabilidade social produzida com o objetivo de informar, esclarecer, divulgar e sensibilizar a sociedade civil sobre diferentes realizações, atividades e serviços de reconhecido interesse público e social, como campanhas de saúde pública e outras, alfabetização, educação, promoção dos valores sociais e outras ações ligadas a causas sociais, divulgada através dos meios tradicionais e não tradicionais.

h) **BRANDING**

Melhor trabalho de criação e gestão de marca.

i) **BRANDING ACTIVATION**

Melhor trabalho de comunicação da marca em meios alternativos de comunicação, designadamente através de Ativações na Via Pública; Ativações em Pontos de Venda; Guerrilha; Ativação de Patrocínio; Campanha na Via pública, Ativação em Eventos; Ativação em Festivais ou Feiras; Ativação através das Redes Sociais.

j) **BRANDED CONTENT**

Melhor conteúdo audiovisual relevante para a marca e ainda para estabelecer ou alcançar uma ligação com o consumidor através dos meios tradicionais ou não tradicionais de comunicação

k) **PRÉMIO JÚNIOR UNIVERSITÁRIO**

Melhor trabalho criativo na área de Publicidade, Relações Públicas, Ativação de Marca ou de investigação na área de marketing e/ou publicidade. Trabalhos de pesquisa comprovadamente defendidos e publicados nas áreas de Publicidade, Relações Públicas e Marketing, no decurso do ano em concurso.

Peças ou campanhas gráficas ou audiovisuais criadas e comprovadamente divulgadas em qualquer media ou através dos canais institucionais da instituição.

L) **MEDIA DO ANO**

Para o Media que se destacou durante o ano pela excelência e pelo impacto das suas campanhas publicitárias.

M) **PRÉMIO PÚBLICO**

Para o trabalho mais votado pelo público consumidor através de www.pnp.cy, escolhido entre os trabalhos concorrentes. É baseado apenas no critério de popularidade.

N) **GRANDE PRÉMIO PALMEIRA**

Para o trabalho mais votado/valorizado pela Comissão de Jurados por conta da sua produção, do seu conceito e impacto.

11. O Júri poderá ou não atribuir os prémios se a natureza e a qualidade dos trabalhos a concurso assim justificar.

12. O Júri poderá também atribuir outras categorias de prémios ou menções honrosas, dependendo da natureza e qualidade dos trabalhos apresentados a concurso.

CANDIDATURAS

13. As candidaturas podem ser apresentadas por Agências, Produtoras, Gráficas, Media, Criativos e Universitários.
14. A inscrição das peças a concurso significa a aceitação deste regulamento pela entidade que as submete, bem como a sua responsabilidade pelos materiais que inscrever, garantindo, para todos os efeitos legais, terem sido assegurados os direitos inerentes.
15. Em cada edição, são admitidas a concurso peças criadas e comprovadamente divulgadas no período entre 1 de janeiro a 31 de dezembro.
16. Para inscrição no concurso os concorrentes pagarão uma taxa, conforme o ponto 21 (vinte e um) do presente regulamento.
17. O prazo para inscrição das peças a concurso, mediante o pagamento da respetiva taxa, decorre de 1 a 31 de janeiro do ano seguinte.
18. Cada peça e cada campanha a concurso deve possuir a respetiva ficha de inscrição e ficha técnica.
19. A ficha de inscrição, assim como o respetivo pagamento e a documentação bancária comprovativa desse pagamento devem dar entrada no prazo estabelecido **no número 17** (dezassete), por mão própria na sede da EME – MARKETING & EVENTOS, sita na Av. Santiago, Palmarejo, Praia; ou por upload no site www.pnp.cv; ou ainda por correio físico para o seguinte endereço: Av. Santiago, Palmarejo, Praia, CP 835, devendo neste caso o carimbo dos correios ter como data até 31 de janeiro.
20. A organização pode proceder à correção da inscrição de um trabalho cujo conteúdo não corresponda, nos termos do presente Regulamento, à categoria em que tenha sido inscrito pela Agência, Produtora, Empresa, ou pelo Criativo ou Universitário.
21. Os trabalhos publicitários, relativamente a todos os meios a concurso, devem ser inscritos numa só das seguintes **categorias** de Prémios Palmeira:
 - a) Branding
 - b) Branding Activation
 - c) Branded Content
 - d) Publicidade TV
 - e) Publicidade Rádio
 - f) Publicidade Print
 - g) Publicidade Internet
 - h) Influencer Digital
 - i) Campanha Integrada
 - j) Responsabilidade Social
 - k) Prémio Júnior Universitário
 - l) Media do Ano

DOSSIERS DE CANDIDATURA

22. Os trabalhos inscritos devem ser submetidos nos seguintes formatos: MP3, MP4, PDF, JPG, de acordo com as seguintes especificações técnicas:

Branding

- a) Memória descritiva em PDF (não superior a duas páginas) com a sinopse e ficha técnica do trabalho inscrito
- b) Aplicação do elemento imagético em fundos da mesma cor e a cores
- c) Redução máxima do elemento imagético
- d) Ficheiro em PDF

Branding Activation

- a) Conceito criativo em PDF (não superior a duas páginas) com a sinopse e ficha técnica do trabalho inscrito
- b) Elementos imagéticos em suporte eletrónico
- c) Suporte fotográfico, sonoro e/ou vídeo

Branded Content

- a) Conceito criativo em PDF (não superior a duas páginas) com a sinopse e ficha técnica do trabalho inscrito
- b) Elementos imagéticos em suporte eletrónico
- c) Suporte fotográfico, sonoro e/ou vídeo
- d) Relatório que evidencia o engajamento com o público e/ou audiência

Publicidade TV

- a) Conceito criativo em PDF (não superior a duas páginas) com a sinopse e ficha técnica do trabalho inscrito
- b) Ficheiro com um minuto de barras e 10 segundos de relógio com elementos de identificação da peça e gravado no formato mp4 720p
- c) Uma cópia do texto da peça inscrita e a ficha técnica.
- d) Upload do trabalho na plataforma do PNP

Publicidade Rádio

- a) Conceito criativo em PDF (não superior a duas páginas) com a sinopse e ficha técnica do trabalho inscrito
- b) A peça deve incluir cinco segundos de silêncio no início, seguido de identificação em áudio – produto ou serviço, título e duração.
- c) Uma cópia do texto da peça inscrita e a ficha técnica.
- d) Upload na plataforma do PNP
- e) Ficheiro enviado por qualquer meio com notificação de receção

Print (poster, folheto, catálogo, brochura, desdobrável, billboard, banda desenhada, revista, qualquer outra forma de publicidade veiculada através de imprensa escrita)

- a) Conceito criativo em PDF (não superior a duas páginas) com a sinopse e ficha técnica do trabalho inscrito
- b) 1(um) ficheiro JPEG para cada elemento da campanha onde aplicável
- c) Upload do ficheiro na plataforma do PNP
- d) Ficheiro enviado por qualquer meio com notificação de receção, contendo a imagem respetiva, gravada em formato PNG

Internet

- a) Conceito criativo em PDF (não superior a duas páginas) com a sinopse e ficha técnica do trabalho inscrito
- b) 1(um) ficheiro JPEG para cada elemento da campanha onde aplicável
- c) 1(um) ficheiro MP4 para cada elemento da campanha onde aplicável
- d) Upload do ficheiro na plataforma do PNP
- e) Relatório que evidencia o engajamento com o público e/alcance, gostos, partilhas ou audiência
- f) Ficheiro enviado por qualquer meio com notificação de receção, contendo os respetivos elementos.

Campanha Integrada

- a) Conceito criativo em PDF (não superior a duas páginas) com a sinopse e ficha técnica do trabalho
- b) 1(um) ficheiro JPEG para cada elemento da campanha onde aplicável
- c) 1(um) ficheiro MP4 para cada elemento da campanha onde aplicável
- d) Upload na plataforma do PNP
- e) Ficheiro enviado por qualquer meio com notificação de receção, contendo os respetivos elementos.

Responsabilidade Social

- a) Conceito criativo em PDF (não superior a duas páginas) com a sinopse e ficha técnica do trabalho
- b) 1(um) ficheiro JPEG para cada elemento da campanha onde aplicável
- c) 1(um) ficheiro MP4 para cada elemento da campanha onde aplicável
- d) Upload na plataforma do PNP
- e) Ficheiro enviado por qualquer meio com notificação de receção, contendo os respetivos elementos.

Media do Ano

- a) **Alcance:** demonstração de um amplo alcance de público-alvo relevante para as campanhas publicitárias veiculadas.
- b) **Engajamento do Público:** demonstração de um alto nível de engajamento e interação por parte da audiência, comprovados por métricas como tempo gasto, taxas de cliques, compartilhamentos sociais, entre outros.
- c) **Integração Multicanal:** capacidade do Media em oferecer oportunidades de integração multicanal para as campanhas publicitárias, permitindo uma abordagem holística e coesa para alcançar o público-alvo em diferentes plataformas.
- d) **Relevância do Conteúdo:** disponibilização de conteúdo editorial ou programação de alta qualidade e relevância para o público-alvo das campanhas publicitárias.
- e) **Ambiente Seguro e Credibilidade:** montagem de um ambiente seguro e confiável para a veiculação das campanhas publicitárias, demonstrativo de credibilidade e ética jornalística.
- f) **Inovação e Adaptação tecnológica:** demonstração de capacidade de inovar e se adaptar às novas tendências tecnológicas e de consumo de media.
- g) **Feedback e Suporte:** disponibilização de um suporte de alta qualidade às agências de publicidade e aos anunciantes, incluindo serviços de atendimento ao cliente, análise de dados e feedback sobre o desempenho das campanhas.
- h) **Periodicidade e regularidade:** destaque pela sua periodicidade e regularidade na sua edição/programação.
- i) **Diversidade e inclusão:** oferta de conteúdos relevantes que demonstram equidade e inclusão da pessoa, independentemente da sua condição.

Prémio Júnior Universitário

- a) Síntese do trabalho de investigação enviado por qualquer meio com notificação de receção, contendo os respetivos elementos.
- b) Upload na plataforma do PNP.
- c) Ficheiro enviado por qualquer meio com notificação de receção, contendo os respetivos elementos.

23. Cada peça deve ser acompanhada da sua respetiva Ficha de Inscrição/Técnica .

TAXAS DE INSCRIÇÃO

24. As taxas de inscrição são as seguintes:

- **Publicidade Televisão:** 15.000\$00
- **Publicidade Rádio:** 15.000\$00
- **Publicidade Print:** 10.000\$00
- **Publicidade Internet:** 15.000\$00
- **Branding:** 20.000\$00
- **Branding Activation:** 30.000\$00
- **Branded Content:** 30.000\$00
- **Campanha Integrada** (conjunto de peças integradas no quadro de uma campanha): 45.000\$00
- **Responsabilidade Social:** 15.000\$00
- **Media do Ano:** 20.000
- **Prémio Júnior Universitário:** Isenta de qualquer taxa

25. Os concorrentes usufruirão de 10% de descontos a partir de 5 (cinco) trabalhos inscritos.

26. O Prémio Júnior está isento de qualquer encargo.

LOCAL DA ENTREGA OU ENVIO DOS DOSSIERS DE CANDIDATURA

27. Os dossiers de candidatura podem ser entregues pelas seguintes vias:

- a) Upload dos trabalhos no plataforma do Prémio: www.pnp.cv

e/ou

- b) **Diretamente:**

EME-Marketing & Eventos
"Prémio Nacional de Publicidade"
Avenida Santiago, Caixa Postal 835
Palmarejo, cidade da Praia
Cabo Verde

VALIDAÇÃO

28. O júri procederá à certificação das categorias ao concurso em função dos trabalhos inscritos.

29. Após a certificação, e caso o número de trabalhos justifique, o júri procederá à indicação de uma *short list* de, no mínimo, 3 (três) trabalhos. Caso não se atingir esse número, a premiação não ocorrerá.

AVALIÇÃO

30. Os trabalhos serão avaliados por um júri composto de 05 (cinco) elementos de reconhecido prestígio, da indústria criativa, sendo um deles o presidente, de nacionalidade cabo-verdiana ou estrangeira.

31. Júri será secretariado por um representante oficial da EME-Marketing & Eventos, na qualidade de autora e organizadora do PNP.

32. A seleção dos trabalhos para a atribuição dos prémios correspondentes é efetuada com base em votação, sendo atribuída ao júri a capacidade de escolha, por consenso, dos melhores métodos e mecanismos em que se deve basear a referida votação, não dando lugar a empate.

33. A votação na plataforma do PNP deve conduzir à atribuição dos Prémios Palmeira em cada um dos diferentes meios.

- 34.** Para as categorias de votação pública haverá o recurso à votação pública através das plataformas disponibilizadas pela organização para o efeito, que decorrerá antes da gala de Premiação por um período previamente anunciado.
- 35.** É proibido ao membro do júri, seja criativo ou profissional de uma agência ou de uma produtora com trabalhos em concurso, avaliar e votar nos materiais respetivos.
- 36.** Para a atribuição dos prémios, os seguintes critérios serão avaliados numa escala de 1 a 5, sendo **1 a 2** INSUFICIENTE, 3 SUFICIENTE, **4 BOM**, **5 EXCELENTE**, e conforme os critérios que se seguem:

a) Branding

- Conceito criativo
- Memória descritiva
- Representação gráfica da marca (curvas, linhas, área de proteção, cores e visualização)
- Arranjo de layout (envolve a escolha de tipografia), imagem e equilíbrio dos elementos
- Diversidade e inclusão

b) Branding Activation

- Conceito criativo
- Direção de Arte (atribuído ao melhor trabalho de visualização)
- Arranjo de layout (que envolve o ambiente, a decoração,), imagem e equilíbrio dos elementos.
- Interação entre o consumidor e a marca
- Meio de divulgação e alcance
- Interação com a marca
- Registo vídeo, fotográfico e de som
- Manifestação de experiência vivenciada pelo consumidor
- Diversidade e inclusão

c) Branded content

- Conceito criativo
- Relevância do conteúdo
- Função social
- Engajamento com o público
- Abrangência da audiência
- Diversidade e inclusão

d) Print

- Conceito criativo
- Melhor Arranjo de Layout
- Melhor Copy/Redação
- Melhor Fotografia
- Melhor Ilustração (manual, digital e 3D)
- Diversidade e inclusão

e) Televisão

- Conceito Criativo
- Realização
- Copy/Redação
- Direção de Fotografia
- Sonoplastia
- Jingle cantado
- Jingle instrumental
- Diversidade e inclusão

f) Rádio

- Conceito Criativo
- Sonoplastia
- Copy/Redação
- Edição
- Jingle cantado
- Jingle instrumental
- Diversidade e inclusão

g) Internet (social media e influencer digital)

- Conceito Criativo
- Design
- Copy/Redação
- Interatividade (alcance orgânico, pago, engajamento, gostos, etc...)
- Solução tecnológica
- Experiência do usuário
- Melhor alcance orgânico e pago
- Diversidade e inclusão

h) Campanha Integrada

- Conceito criativo
- Copy/Redação
- Design
- Integração/alcance dos media eleitos (no mínimo de 4 meios diferentes)
- Realização
- Sonoplastia
- Direção de arte
- Diversidade e inclusão

i) Responsabilidade Social

- Conceito criativo
- Copy/Redação
- Design
- Relevância da mensagem/causa
- Adequação da mensagem ao meio de divulgação
- Diversidade e inclusão

j) Melhor Realização

- Melhor direção de realização
- Melhor narrativa
- Melhor enquadramento
- Melhores planos de câmaras.
- Diversidade e inclusão

k) Júnior Universitário

- Pertinência do tema
- Conceito criativo
- Melhor Copy/Redação
- Técnica de comunicação utilizada
- Adequação do tema à técnica
- Diversidade e inclusão

l) Media do Ano

- **Alcance:** demonstração de um amplo alcance do público-alvo relevante para as campanhas publicitárias veiculadas.
- **Engajamento do Público:** demonstração de alto nível de engajamento e interação por parte da audiência, comprovado por métricas, como tempo gasto, taxas de cliques, compartilhamentos sociais, entre outros.
- **Integração Multicanal:** capacidade do Media em oferecer oportunidades de integração multicanal para as campanhas publicitárias, permitindo uma abordagem holística e coesa para alcançar o público-alvo em diferentes plataformas.
- **Relevância do Conteúdo:** oferta de conteúdo editorial ou programação de alta qualidade e relevância para o público-alvo das campanhas publicitárias.
- **Ambiente Seguro e Credibilidade:** composição de um ambiente seguro e confiável para a veiculação das campanhas publicitárias, demonstrando credibilidade e ética jornalística.
- **Inovação e Adaptação tecnológica:** demonstração de capacidade de inovar e se adaptar às novas tendências tecnológicas e de consumo de media.
- **Feedback e Suporte:** oferta de um suporte de alta qualidade às agências de publicidade e aos anunciantes, incluindo serviços de atendimento ao cliente, análise de dados e feedback sobre o desempenho das campanhas.
- **Periodicidade e regularidade:** destaque pela sua periodicidade e regularidade na sua edição/programação.
- **Diversidade e inclusão:** oferta de conteúdos relevantes que demonstram equidade e inclusão da pessoa, independentemente da sua condição.

m) Prémio Público

Será o trabalho mais votado pelo grande público, de entre os trabalhos a concurso, através de www.pnp.cv, baseado apenas no critério de popularidade.

n) Prémio influencer do ano

Será o trabalho mais votado pela comissão de jurados e pelo grande público, tendo a votação Júri um peso de **55% e do público de 45%**.

o) Prémio para melhor campanha de Responsabilidade Social

Será atribuído ao trabalho mais votado pela Comissão de Jurados e pelo grande público, tendo a votação do Júri um peso de **80% e do público 20%**.

p) Media do Ano

Será o media mais votado pela comissão de jurados e pelo grande público, tendo a votação do Júri um peso de **55% e do público de 45%**.

37. Das decisões do júri, lavradas em ata, não há recurso.

PRÉMIO

38. A cada Prémio Palmeira corresponde a atribuição de um troféu e um diploma.

39. Nos casos em que seja feita prova por terceiros que contrariam as informações prestadas e constantes da ficha de inscrição, a organização retirará o prémio que tenha sido obtido por uma agência, produtora ou um criativo, com base nas declarações comprovadamente falsas.

DIVULGAÇÃO

40. Os prémios serão divulgados em cerimónia pública, até **60** dias após o término do prazo de entrega das candidaturas.

DIREITOS

41. Os concorrentes autorizam a organização a proceder à exibição pública dos materiais inscritos.

EVENTUAIS ANOMALIAS

42. Qualquer contestação ou apresentação de eventuais anomalias sobre os trabalhos em concurso deverá ser entregue nas 24 horas a seguir à apresentação pública dos trabalhos em competição (ato que acontece na cerimónia de lançamento oficial do Prémio Nacional de Publicidade), devendo estas posições serem entregues por escrito à Comissão Organizadora, que as encaminhará para o Júri sem qualquer análise e comentário prévios.

OMISSÕES

43. As dúvidas emergentes da interpretação e execução do presente regulamento são resolvidas pela entidade organizadora.

RECURSO

44. Das decisões da organização quanto à interpretação e execução deste regulamento não há recurso.