

Regulamento



effie
awards
brasil

Índice

| | |
|----|---|
| 03 | Mensagem de boas-vindas |
| 04 | Prazos e taxas Cronograma, descontos, pagamento e cancelamento. |
| 05 | Quem pode participar Regras de inscrição |
| 06 | Categorias |
| 09 | Como inscrever seu case Instruções para envio de peças |
| 10 | Julgamento Fases do julgamento, composição da pontuação |
| 12 | Premiação Créditos, Rankings e Effie Index Sistema de pontuação |
| 14 | Confidencialidade |
| 15 | Formulário de autorização Dicas |
| 16 | Razões para desqualificação |
| 17 | Checklist Contatos |

Mensagem de boas-vindas

Bem Vindos à 11ª Edição do EFFIE AWARDS BRASIL!

O ano de 2018 é muito especial para o EFFIE AWARDS em todo mundo. Criado em 1968 pela American Marketing Association (AMA), a premiação está completando 50 Anos reconhecendo os esforços de comunicação e marketing de maior eficácia, e homenageando as agências e anunciantes responsáveis por sua criação e execução.

Ano após ano o EFFIE BRASIL, promovido pelo MEIO & MENSAGEM, vem ganhando relevância e prestígio, sendo hoje um reconhecimento bastante desejado pelos profissionais da área. O crescimento no total de cases inscritos fará com que o EFFIE BRASIL tenha a partir deste ano uma nova fase de avaliação: 1º Round de Shortlist, sendo esta mais uma oportunidade de pontuação para o Effie Effectiveness Index e para o ranking do Effie Brasil.

Além disso, estamos lançando também o Insight Report, um relatório com a compilação da avaliação dos jurados sobre o case inscrito. Desta forma será possível compreender o desempenho do case e evoluir para os próximos anos. Esta avaliação pode ser solicitada juntamente com a inscrição ou após o julgamento.

Nas categorias, tivemos uma substituição de "Olimpíadas" por "Copa do Mundo", e desmembramos a categoria "Serviços" em "Serviços de Telecomunicações" e "Serviços Gerais", mantendo independente a categoria "Serviços Financeiros". Por fim, adicionamos uma nova categoria bastante atual, para celebrar cases onde foram utilizados dados e tecnologia para atingir os resultados de sucesso: "Data Driven Idea".

Teremos mais uma vez um júri de muito talento reunido para julgar os cases, por isso busque preparar sua inscrição com muito cuidado e atenção aos detalhes. Nossa equipe está à disposição para ajudá-lo no que for preciso, e tirar todas as suas dúvidas sobre o processo. Não hesite em nos procurar.

Esperamos contar com a sua participação.

Atenciosamente,

Marcelo S. Gomes

VP Executivo – Meio & Mensagem

Prazos e Taxas

As inscrições deverão ser realizadas através do site www.effie.com.br e finalizadas até as datas limites de cada fase.

CRONOGRAMA

| Inscrições: | Período: | Taxa: |
|-------------------------|------------------------------------|--------------|
| Inscrições antecipadas* | 15 a 30 de junho de 2018 | R\$ 4.200,00 |
| Inscrições regulares | 01 de julho a 10 de agosto de 2018 | R\$ 4.500,00 |
| Inscrições estendidas | 11 a 22 de agosto de 2018 | R\$ 5.400,00 |

***Atenção:** Inscrições antecipadas devem ser finalizadas até 10 agosto de 2018, caso ultrapasse esta data será cobrado a diferença de valor de R\$900,00 referente a taxa de urgência.

Cerimônia de premiação:

31 de outubro de 2018, Teatro Santander - São Paulo.

DESCONTOS

Desconto para novas agências: agências que não participaram do Effie Awards Brasil nos últimos 5 anos (2013 a 2017), podem obter o desconto de 30% nos 2 primeiros cases inscritos.

Desconto no insight Report: agências que inscreverem a partir de 5 cases terão direito a 1 Insight report gratuito enquanto as que fizerem 12 ou mais terão direito a 6 insights reports.

- Para obter o desconto, por favor enviar um e-mail para atendimentoeventos@grupomm.com.br com o assunto: **DESCONTO EFFIE AWARDS BRASIL**.

PAGAMENTO

A taxa de participação é cobrada por cada inscrição feita em cada categoria. Portanto, a participação de um mesmo case em duas categorias implica no pagamento do valor de duas inscrições.

O pagamento da taxa de inscrição poderá ser realizado por qualquer cartão de crédito ou através de boleto bancário.

CANCELAMENTO

As inscrições não poderão ser canceladas após a confirmação de envio.

Inscrições adquiridas na fase de inscrições antecipadas poderão ser canceladas desde que até 30 de julho de 2018, neste caso, será gerado um crédito que poderá ser utilizado para o Effie Awards Brasil 2019.

Quem pode participar

Agências e anunciantes com campanhas ou ações de marketing individuais que tenham sido executadas no Brasil entre 01 de janeiro de 2017 e 30 de junho de 2018, ainda que tenham sido iniciadas em data anterior ou encerradas posteriormente.

Agências e anunciantes podem concorrer com tantas campanhas quantas tenham alcançado sucesso e possuam dados mensuráveis e demonstráveis para elaboração dos cases.

Não poderão participar campanhas que tenham sido sustadas pelo CONAR ou de agências não certificadas pelo CENP.

Inscrição de cases já inscritos anteriormente:

- **Vencedores de ouro:** podem inscrever seus cases em quaisquer categorias onde não tenham sido premiados com o troféu ouro.
- **Vencedores de prata e bronze:** podem inscrever em qualquer categoria.
- **Vencedores de ouro em Eficácia de Longo Prazo:** podem inscrever o mesmo case apenas após 3 anos.
- **Vencedores da categoria David x Golias** (Ouro/Prata/Bronze) : não podem inscrever nesta categoria em 2 anos consecutivos.

Regras de inscrição

1. Cada inscrição deve conter o Formulário de Autorização, a ser preenchido e assinado por um representante da agência e do anunciante.
2. Só serão aceitas inscrições devidamente acompanhadas da totalidade dos componentes de participação (Formulário de autorização, imagem para divulgação do case, logos da agência e cliente, formulário de inscrição preenchido no sistema e vídeo de apresentação do case.)
3. Não existe limitação no número de campanhas inscritas por participante, é permitido inscrever mais de um case para uma mesma marca, produto, serviço ou instituição, desde que se trate de campanhas comprovadamente distintas.
4. Cada inscrição feita em uma categoria adicional será considerada uma inscrição individual, portanto devem ser preenchidos o formulário de inscrição, ficha de autorização e submissão dos materiais novamente. Atenção para que os resultados nessa nova ficha de inscrição sejam adaptados com o foco no contexto particular de cada categoria.
5. O mesmo case pode ser inscrito em apenas uma categoria geral, mas pode ser inscrito em quantas categorias especiais se enquadrar.
6. Em caso de mais de uma agência estar envolvida no case, deverá ser acordado, antecipadamente à inscrição, entre as partes para definir qual agência fará a inscrição e se ficar definido que ambas são responsáveis, deve-se definir se serão apresentadas como duas agências principais ou se serão apresentadas como uma agência primária e uma agência secundária. É possível ter no máximo duas agências primárias e no máximo 4 agências secundárias.

7. A informação constante no Formulário de Inscrição é essencial para uma correta avaliação e julgamento por parte do júri. Não serão aceitas informações complementares àquelas apresentadas no espaço disponível para preenchimento de cada campo. O espaço previsto é suficiente para o tipo de informação que se solicita.
8. Só serão consideradas inscrições efetivadas aquelas que (1) completarem o upload, (2) entregarem à Organização o Formulário de Autorização assinado pela agência e anunciante e (3) tiverem seus pagamentos realizados dentro da data de vencimento original impressa no boleto.
9. O Prêmio Effie é uma competição anônima, portanto não coloque o nome da agência e/ou logo no videocase e/ou materiais criativos que serão vistos pelos jurados. Isto desclassificará a peça.
10. Não incluir resultados posteriores a **30 de junho de 2018**, isso resultará em desqualificação.
11. A Organização, junto aos jurados, se reserva o direito de alterar uma inscrição de categoria se julgar mais adequado. Isto será feito sempre com o objetivo de melhor adequar o case à categoria, sem nunca prejudicar a inscrição.
12. A Organização se reserva o direito de desqualificar qualquer case que não respeite os requerimentos de inscrição estabelecidos.
13. Uma vez finalizada a inscrição, qualquer solicitação de alteração de créditos será analisada pela organização. A mesma se reserva o direito de negar qualquer tipo de alteração. Após a premiação oficial, não serão mais feitas alterações e o resultado será encaminhado para o Effie Worldwide.

Categorias

O Effie Awards Brasil 2018 possui 12 categorias gerais e 7 especiais, caso não tenha certeza se seu case se enquadra na definição de uma determinada categoria, por favor envie um breve resumo e sua dúvida para atendimentoeventos@grupomm.com.br.

Categorias Gerais:

Alimentos
Bebidas Alcolólicas
Bebidas Não Alcolólicas
Comércio e Varejo
Cuidados Pessoais, Beleza e Higiene
Eletrônicos e Bens Duráveis
Outros Produtos
Sem Fins Lucrativos
Serviços Gerais
Serviços de Telecomunicações
Serviços Financeiros
Veículos

Categorias Especiais:

Branded Content
Copa do Mundo
David X Golias
Data Driven Idea
Eficácia de Longo Prazo
Lançamentos
Promoções

CATEGORIAS GERAIS

São 12 categorias de produtos e serviços para escolher. Você só pode inscrever o mesmo case em uma destas categorias.

- 1.** Alimentos (in natura, embutidos, carnes, enlatados, chocolates, balas, doces, bolachas, snacks, congelados, massas, grãos, molhos, temperos, condimentos, oleaginosos, etc)
- 2.** Bebidas Alcohólicas (cerveja, whisky, espumante, vinho, rum, vodka, licor, conhaque, etc.)
- 3.** Bebidas Não Alcohólicas (água, refrigerante, suco, achocolatado, iogurte, energético, leite, chá, café, etc)
- 4.** Comércio e Varejo (lojas físicas ou virtuais de roupas, calçados, brinquedos, eletrodomésticos, joalherias, papelaria, etc)
- 5.** Cuidados Pessoais, Beleza e Higiene (cosméticos, perfumes, shampoos, condicionadores, tinturas, sabonetes, desodorantes, hidratantes, cuidados pessoais e serviços de bem-estar como salões de beleza, spas, programa de perda de peso, etc)
- 6.** Eletrônicos e Bens Duráveis (dispositivos de áudio e vídeo como TV, equipamento de som, celular, câmeras, computadores, laptops, tablets, linha branca, construções, etc)
- 7.** Outros Produtos (produtos de consumo, produtos industriais e intermediários, matérias-primas e afins, limpeza, moda, medicamentos, etc)
- 8.** Sem Fins Lucrativos (serviços sociais e de utilidade pública, excluídas as campanhas políticas eleitorais, desde que o anunciante seja uma organização sem fins lucrativos)
- 9.** Serviços Gerais (serviços de qualquer natureza, exceto serviços financeiros ou de telecomunicações)
- 10.** Serviços Financeiros
- 11.** Serviços de Telecomunicações (serviços de internet, telefonia e TV),
- 12.** Veículos (auto, moto, caminhão, acessórios como combustíveis, baterias, pintura e serviços automotivos).

CATEGORIAS ESPECIAIS

As Categorias especiais são projetados para lidar com uma situação ou desafio de negócio específico. O mesmo case pode ser inscrito em quantas categorias especiais se enquadrar.

Cada inscrição deve ser, sempre que possível, personalizada a fim de descrever as especificidades de cada categoria escolhida, caso contrário sua pontuação pode ser prejudicada uma vez que o júri é instruído a avaliar o case dentro da categoria julgada no momento.

1. Branded Content (cases onde as marcas e produtos tenham obtido resultado através de branded content, utilizando os mais diversos canais – digital, tv, ativação, branded experience – desde que tenham gerado algum conteúdo e que tenham resultados significativos para a marca ou negócio do anunciante)
2. Copa Do Mundo (cases para estratégias de marketing criadas para a Copa do Mundo de 2018. Deve ser detalhada a estratégia e a comprovação de que os resultados foram alcançados)
3. David X Golias (cases de marcas pequenas, novas, emergentes ou regionais que disputam mercado com grandes marcas líderes. Para companhias que entraram em um novo segmento de produto ou serviço ocupado por grandes e bem estabelecidos competidores. Os participantes nessa categoria devem detalhar o desafio de negócios, o ambiente competitivo e como obtiveram sucesso contrariando as probabilidades). Obs.: não podem participar submarcas de grandes empresas.
4. Data Driven Idea (cases onde foram utilizados dados e tecnologia para identificar e corresponder os públicos certos à mídia certa nos momentos certos).
5. Eficácia de Longo Prazo* (os resultados devem datar de no mínimo junho de 2015, pois é necessário apresentar resultados de pelo menos 3 anos; cases vencedores podem voltar a participar depois de transcorridos 3 anos.)

**Devido ao período de tempo único da categoria Eficácia de longo prazo, o vencedor de ouro desta categoria não é elegível para concorrer ao Grand Effie.*
6. Lançamentos (novas marcas, produtos ou serviços)
7. Promoções (casos em que um benefício adicional específico tenha sido determinante para os resultados alcançados)

Como inscrever seu case

1. Preencha o Formulário de Inscrição através da ferramenta online disponibilizada em effie.com.br para esta finalidade.
2. Para cada inscrição não esquecer de mencionar os nomes para divulgação (o nome da agência e do anunciante que irão aparecer caso sejam um dos vencedores).
3. Preencha e envie uma via impressa do Formulário de Autorização e confidencialidade devidamente assinado, tanto pela agência quanto pelo anunciante. Ele deve ser entregue, até às 15h do dia 24 de agosto de 2018, em envelope lacrado e devidamente identificado externamente no endereço abaixo:

A/C: Meio & Mensagem - Eventos
 Rua Catequese, 227 - 5º andar, Butantã
 São Paulo – SP – CEP 05502-020

4. Faça o upload das peças criativas e itens obrigatórios, conforme instruções a seguir.

Instruções para envio de peças

Leia todas as instruções abaixo para o correto envio das peças que compõem a campanha.

1) Vídeo de Apresentação do Case, optando por apenas uma das seguintes alternativas de formato: **(Deverá subir como peça)**

a. Resumo do Case: vídeo de apresentação com no máximo 4 minutos, contendo informações resumidas que expliquem o case e também algumas peças criativas que ilustrem a campanha.

Atenção: Não é permitido colocar valores de investimentos e resultados, caso contrário o mesmo não será exibido aos jurados. (Ex. Ao invés de colocar "As vendas aumentaram em 20%", coloque "As vendas dispararam e a marca estava performando melhor do que nunca").

OU

b. Peças criativas: vídeo de apresentação com no máximo 4 minutos, contendo apenas as peças criativas exibidas em sequência.

ATENÇÃO: seja qual for a opção de formato escolhida, os participantes poderão incluir no vídeo de apresentação tantas peças (spots de tv, cinema e rádio, materiais de internet, peças gráficas, BTL e outras ações) quantas acharem necessário para ilustrar adequadamente o case inscrito, desde que respeitado o tempo máximo de **4 minutos** para cada inscrição.

Lembramos que o objetivo destes materiais é apenas ilustrar e apoiar o case para que os jurados possam visualizar e avaliar melhor os aspectos criativos da campanha executada. Durante a sessão de julgamento o júri é orientado a avaliar apenas a campanha e a não se deixar influenciar pela qualidade da produção dos vídeos de apresentação.

2) Logos da agência, em curvas no formato .pdf **(Deverá subir como material explicativo)**

3) Logos do anunciante, em curvas no formato .pdf **(Deverá subir como material explicativo)**

4) Imagem que represente o case, para ser divulgado no Book Effie Brasil, caso seja vencedor. Formato: 20cm x 11,25cm, em jpeg, 300 dpi's. (Deverá subir como material explicativo)

5) Formulário de confidencialidade no formato .pdf, para ser enviado ao Effie Index (Deverá subir como material explicativo)

OS LIMITES DE PESO DOS ARQUIVOS QUE DEVERÃO SER ENVIADOS VIA UPLOAD PELO SITE SÃO:

1. Filmes: 120MB (***.mp4**). A soma do tempo de duração de todos os filmes, caso tenha mais que um, deve ser no máximo 4 minutos.

2. Imagens: 4MB (***.pdf, jpeg ou png**)

Julgamento

Sua inscrição será julgada por alguns dos líderes empresariais mais brilhantes e mais experientes do mercado, contamos com essa experiência, não só para julgar os trabalhos mas para destacar a aprendizagem da indústria em geral.

As notas dos jurados determinarão quais inscrições serão finalistas e quais finalistas recebem ouro, prata ou bronze. A pontuação é feita de forma anônima e confidencial.

FASES DO JULGAMENTO

Primeiro round

Os jurados julgam cerca de 20 a 25 cases, onde avaliam cada quesito (Estratégia, criatividade, execução e resultado) com uma nota de 0 a 100.

Os cases são analisados individualmente e os que obtiverem pontuação alta o suficiente tornam-se finalistas e passam para o segundo round.

Segundo Round

Todos os cases de uma mesma categoria são julgados por um único corpo de jurados, que avaliam todos os quesitos (Estratégia, criatividade, execução e resultado) com uma nota de 0 a 100, assim como no primeiro round.

Os jurados são incentivados a discutir os cases finalistas da categoria antes de finalizar individualmente suas pontuações.

Grand Effie

Concorrem ao Grand Effie os cases vencedores de ouro de todas as categorias, exceto de Eficácia de Longo prazo.

O Júri define o grande vencedor após analisar e debater todos os cases classificados.

COMPOSIÇÃO DE PONTUAÇÃO

O corpo de jurados analisará detalhadamente as informações apresentadas nas campanhas inscritas e a elas atribuirá notas de acordo com um critério uniforme preestabelecido que contempla a valoração e ponderação para os seguintes aspectos:

Estratégia - Desafio, contexto e objetivos: 23,3%

Criatividade - Insights e ideia: 23,3%

Execução - Trazendo a ideia a vida: 23,3%

Resultados - Efetividade da campanha: 30%

Estratégia - Desafio, contexto e objetivos: (23,3%): A Estratégia é que define todo o contexto da campanha, porque ela é necessária para que os jurados entendam a força da ideia e a profundidade dos resultados alcançados. É muito importante que ela seja claramente entendida. Serão levadas em consideração a consistência e a pertinência da estratégia, tanto em relação aos desafios e objetivos traçados, como a estratégia por si mesma. A inscrição deve detalhar quais eram os objetivos e porque eles eram significativos na situação de mercado apresentada. Se não haviam objetivos pré-definidos ou eram abertos, é preciso explicar a razão. É importante que os jurados entendam o contexto em que a campanha aconteceu. Sempre que possível, forneça informações sobre a categoria, o mercado, a empresa, o ambiente competitivo, o produto ou serviço e o grau de dificuldade do desafio estratégico de comunicação. Enriqueça com detalhes sobre atitudes e comportamentos da audiência que quer atingir.

Criatividade - Insights e ideia (23,3%): A Criatividade é avaliada por quão inovadoras foram as ideias da campanha em endereçar os desafios apresentados na estratégia de comunicação, e por quão efetivas elas foram em prol da conquista dos objetivos determinados. Tente definir em uma sentença a ideia central que definiu os esforços e levou aos resultados (esta sentença não é o slogan da campanha). Divida com os jurados seus insights e como eles se originaram. Se foi feita alguma pesquisa, ou se foi preciso adaptar a estratégia em virtude de aprendizados que aconteceram na execução, não deixe de relatar. Por fim, é importante que os jurados entendam a ligação entre a grande ideia da campanha e o desafio estratégico de comunicação.

Execução - Trazendo a ideia a vida (23,3%): A Execução mostra como a grande ideia foi implementada, e como a campanha ganhou vida. Neste item os jurados estarão prestando atenção aos detalhes do case. Todo o material criativo deve ser apresentado. Conte a razão dele ter funcionado de maneira efetiva, e como endereçou os objetivos definidos. Explique também porque foram escolhidos os canais de mídia utilizados, e de que forma eles se conectaram à audiência buscada e à grande ideia.

Resultados - Efetividade da campanha (30%): O Resultado é, no final das contas, o que define o sucesso ou fracasso da campanha. No caso do Effie, os jurados estarão em busca de correlações entre os objetivos reais traçados e os resultados alcançados, portanto apresente um argumento convincente de como a comunicação está diretamente ligada aos resultados, e de como estes foram significativos tanto por si mesmos como em relação à dificuldade de alcançá-los e aos recursos utilizados para tal. O ambiente no qual o case aconteceu será levado em consideração na avaliação do resultado, então não deixe de incluir nuances da categoria que os jurados possam não estar familiarizados. Também acrescente fatores de mercado, externos ao case, que possam ter contribuído ou prejudicado o resultado. Gráficos e tabelas são maneiras eficientes de apresentar dados de maneira clara. Se algum tipo de informação é confidencial e não pode ser apresentada, explique a razão e então pense em outras formas de mostrar a significância do resultado. Serão consideradas na avaliação a qualidade e a credibilidade das informações e das evidências apresentadas, então busque citar fontes concretas e confiáveis.

Premiação

As campanhas que, ao final do processo de julgamento, se classificarem em primeiro lugar em cada Categoria serão premiadas com um Effie Ouro, aquelas que se classificarem em segundo lugar serão premiadas com um Effie Prata e aquelas que se classificarem em terceiro lugar serão premiadas com um Effie Bronze.

Ainda que haja campanhas inscritas, que estas sejam votadas e que seja definida uma classificação com o primeiro, segundo e terceiro lugar de determinada categoria, no caso de as campanhas não atingirem a pontuação mínima predefinida pela organização, a categoria será declarada como deserta para efeitos de premiação.

O prêmio Grand Effie, por sua vez, será concedido à campanha que obtiver a melhor votação entre as ganhadoras do Effie Ouro, em uma sessão de Júri específica para esse fim, a ser realizada no mesmo dia da cerimônia de premiação.

A entrega dos troféus será feita aos ganhadores durante cerimônia de premiação que se realizará em 31 de outubro de 2018, no Teatro Santander. Os ganhadores serão informados previamente sobre a sua condição como tal, porém sua classificação como Effie Ouro, Prata ou Bronze só será revelada durante o evento.

Os ganhadores receberão dois troféus, um para a agência e um para o cliente. Na placa aparecerão os nomes das agências principais e do cliente. No caso de ter duas agências principais para um case, será entregue um troféu para cada agência principal e um para o cliente.

Se o seu case for vencedor, você poderá adquirir troféus adicionais. Solicite através do e-mail atendimentoeventos@grupomm.com.br.

Créditos, Rankings e Effie Index

A política do Effie é que aqueles reconhecidos pelo trabalho no momento da inscrição merecem o reconhecimento no momento da vitória. Em nenhum momento, o Effie autoriza a alteração destes dados.

Créditos

O Effie reconhece que o trabalho em equipe eficaz é necessário para criar um case eficaz. Você é obrigado a creditar todos os parceiros criativos e estratégicos que contribuíram para a ação.

É Possível creditar um máximo de duas agências principais, dois clientes, e quatro agências secundárias. Ao creditar uma segunda agência como uma agência primária e ambas serão consideradas como agências co-leads no trabalho e tratadas de forma igual pela Effie Worldwide. Ao indicar uma segunda agência primária, você deve se certificar que o trabalho feito por cada agência era de igual ponderação e cada agência merece igual reconhecimento. Agências primárias deve ser designadas no momento da inscrição - **você não pode adicionar ou remover agências após o julgamento** e Você deve creditar ao menos **um cliente** e **uma agência primária**.

Se você é um anunciante e submeter um trabalho in-house, por favor indique a sua empresa tanto como anunciante como agência. Você também pode creditar quaisquer empresas que contribuíram com a ação.

Atenção: É obrigatório rever completamente os créditos no momento da inscrição, pois estes não podem ser removidos ou alterados após a data final de inscrições. Solicitamos que pense cuidadosamente sobre os seus parceiros; agências de todos os tipos, incluindo digital, promo, PR, eventos; empresas de pesquisa; etc.

Effie Index

O Índice de Eficácia Effie (effieindex.com), o ranking global da eficácia do marketing, usa os créditos apresentados no momento da inscrição para tabular os rankings anuais.

Se o seu case tornar-se finalista ou vencedor no Effie 2018, os créditos submetidos serão utilizados para formar o índice de 2019.

Nós pedimos que todos os participantes revisem a rede e Holding além dos nomes para divulgação para garantir que todos sejam creditados corretamente. Diferenças pequenas como pontuação podem afetar o modo como a sua empresa é classificada no Índice. Certifique-se de que todos os créditos sejam apresentadas corretamente no momento da inscrição. (Por exemplo, se o seu nome de agência inclui a cidade, o nome para divulgação precisa ser consistente em todas as inscrições. Escolha um único método e replique: 'Agência de São Paulo' vs. 'Agência - SP ' vs. 'Agência - São Paulo '.)

Revise em effieindex.com como sua empresa foi listada nos últimos anos.

SISTEMA DE PONTUAÇÃO:

| | Agências Primárias e Anunciantes | Agências Secundárias |
|---------------|----------------------------------|----------------------|
| Grand Effie * | 12 pontos | 6 pontos |
| Ouro | 8 pontos | 4 pontos |
| Prata | 6 pontos | 3 pontos |
| Bronze | 4 pontos | 2 pontos |
| Finalista | 2 pontos | 1 ponto |

* Quando um ganhador de Ouro vence o Grand Effie, fica outorgada a maior pontuação a esse case, ou seja, 12 pontos (e não 8+12).

As pontuações serão incluídas e somadas nos resultados do Effie Effectiveness Index do ano. Não serão aceitos pedidos de alterações de agências responsáveis pelo case, ou seja, transferência de pontuação.

Confidencialidade

POLÍTICA DE PERMISSÃO DE PUBLICAÇÃO

Effie Worldwide é uma organização sem fins lucrativos que representa a eficácia na comunicação e marketing, destacando ideias de marketing que funcionam e incentivando discussões sobre os drivers de eficácia no marketing. A fim de ajudar a cumprir esta missão e proporcionar aprendizagem para a indústria, a Effie Worldwide depende da disposição dos participantes para compartilhar com a indústria, estudos sobre os finalistas e cases vencedores.

Ao fornecer permissão para publicar seu case escrito você:

1. Ajuda a melhorar a indústria.

Ao permitir que outros anunciantes aprendam com seu sucesso, você está inspirando a indústria a levantar o sarrafo e fazer um marketing melhor.

2. Ajuda a melhorar os futuros líderes da nossa indústria.

Faculdades e universidades usam o Effie Case Database em seus cursos, e os participantes do Effie College aprendem a escrever suas próprias apresentações de maneira mais eficaz.

3. Apresenta o sucesso da sua equipe em conquistar um dos prêmios mais importantes do ano.

Vencedores do Effie atraem novos talentos, provam a importância do marketing no negócio, e fortalecem as relações agência-cliente.

O Formulário de inscrição e processo de julgamento é projetado para ajudar todos os participantes a apresentarem seu trabalho de forma eficaz, assegurando a confidencialidade de informações classificadas.

Embora a inscrição do case já represente a permissão para publicar onde necessário o resumo do case e imagem para divulgação, o Effie Awards Brasil oferece aos finalistas e vencedores a oportunidade de ter seus cases publicados no Effie Case Database, ajudando a inspirar a indústria e fazer a sua parte para tornar o marketing melhor. Os participantes que dão permissão para publicar seu case escrito podem ter sua inscrição como destaque no site da Effie Worldwide ou sites parceiros do Effie ou publicações.

Nós entendemos que as inscrições podem conter informações consideradas confidenciais, por isso dentro da Ficha de inscrição no sistema os participantes poderão escolher entre as seguintes opções de autorização:

- ☐ SIM - Concordo que o formulário de inscrição e o videocase podem ser publicados integralmente no Effie Case Database para fins educacionais.
- ☐ NÃO – Por conter informações confidenciais, autorizo que apenas o resumo e imagem para divulgação sejam enviados para o Effie Case Database

O case escrito é a única parte da inscrição que deve conter informações confidenciais. Por essa razão, é a única parte da inscrição que está incluído na política de permissão de publicação acima. Se o seu case for um finalista ou vencedor, o título do case, marca e nome do cliente serão todos reconhecidos publicamente.

Os trabalhos apresentados devem ser originais e você deve ter recebido direitos para apresentá-lo.

PREOCUPAÇÕES REFERENTES A CONFIDENCIALIDADE

Julgamento

Todas as etapas de julgamento são feitas em locais seguros e acompanhadas por moderadores da equipe do Effie Awards Brasil. Os jurados são obrigados a assinar acordos de confidencialidade antes do julgamento começar. Os jurados não podem remover os materiais da sessão de julgamento e analisam apenas cases que não representem um conflito de interesses.

Dados Confidenciais

Apesar do julgamento ser confidencial e os participantes poderem selecionar quais permissões de publicação permitem para seu case escrito, o Effie entende que alguns anunciantes ainda pode ter preocupações sobre as informações confidenciais.

Quando apresentados dados numéricos no formulário de inscrição, os participantes podem escolher fornecer esses números como percentagens ou índices, de modo que os números reais sejam mascarados.

Além disso, a menos que o participante opte para permitir que o Effie publique o case completo através do formulário, apenas os jurados verão todos os dados contidos na inscrição.

Formulário de autorização

O formulário de autorização e confidencialidade deve ser assinado pelos executivos responsáveis pelas informações contidas no case, tanto da agência quanto do anunciante.

É necessário um formulário preenchido e assinado para cada inscrição realizada no concurso (no caso do mesmo case ser inscrito em duas ou mais categorias, nos envie um formulário para cada inscrição.)

Este formulário confirma que:

- As informações inseridas na ficha de inscrição on-line estão corretas e não poderão ser alteradas após o envio das mesmas.
- Todos os créditos dos participantes na execução do case foram inseridos no momento da ficha e não poderão ser retificados após divulgação dos vencedores.

Dicas

- Leia atentamente o regulamento, revise os requerimentos de formatos dos arquivos, as razões de desqualificação e as definições das categorias antes de finalizar a inscrição.
- Análise cuidadosamente se respondeu todos os itens para cada pergunta, o júri poderá deduzir pontos se todos os aspectos da questão não forem respondidos.
- Faça o seu formulário de inscrição **claro, conciso, interessante e fácil de ler**. Trate o formulário de inscrição como uma história - cada seção deve interligar com a outra.

- Explique porque os resultados são significativos no **contexto** de sua situação. Simplesmente apresentar resultados sem defendê-los não é suficiente.
- Ligue cada objetivo com os resultados alcançados
- Eliminar quaisquer outros fatores que os jurados podem erroneamente acreditar que podem ter contribuído para o sucesso - fatores econômicos, preços, distribuição, tempo, etc - prove que foi a seu projeto que culminou nos resultados.
- Seja honesto, jurados apreciam participantes que explicam o que deu errado, o que foi alterado, etc. Casos que mascaram objetivos para combinar com os resultados são mal avaliados, os jurados estão procurando a situação real com que você começou, o que você conseguiu, e o argumento persuasivo que liga o trabalho com os resultados alcançados.
- Escreva como se fosse para alguém sem o conhecimento do seu setor de atividade. Os jurados provavelmente não tem experiência em seu setor e você precisa fornecer o contexto para que eles possam compreender a dificuldade do seu desafio e o significado de seus resultados. Por exemplo, o que um aumento de 1% significa no mercado de bebidas? etc.
- Inclua tabelas e quadros que sejam relevantes para facilitar a compreensão dos jurados (Enviar como material explicativo).
- Cite as fontes correspondentes utilizadas para os dados e resultados.
- Revise todos os nomes creditados para garantir que estejam escritos corretamente, pois estes serão utilizados na elaboração dos troféus e publicações referentes ao Prêmio.

Razões para desqualificação

Os itens abaixo serão motivo de desqualificação da inscrição. Neste caso a organização não fará a devolução de pagamento.

- 1- Resultados sem referências: todos os dados devem estar respaldados por uma fonte de referência específica e verificável. A Organização se reserva o direito de verificar a veracidade dos dados junto à fonte mencionada.
- 2- Falta de informação: o videocase deve conter pelo menos um exemplo dos pontos de comunicação expostos na ficha de inscrição que tenha sido relevante para o êxito do case.
- 3- Nome e/ou logomarca da agência publicado no videocase e/ou materiais criativos.
- 4- Menção de resultados nos materiais criativos: Não se deve incluir nenhum tipo de resultado nos materiais criativos.
- 5- Ignorar o tempo de duração máxima do videocase: Não passar de 4 minutos.
- 6- Enviar a ficha de inscrição incompleta: Não deixe campos em branco ou incompletos. Se alguma pergunta não se aplica, indicar "não se aplica" no espaço de resposta.

Checklist

Antes de encaminhar sua inscrição, verifique se todos os elementos estão devidamente completos, conforme a seguir

- 1- Preenchimento do Formulário de Inscrição online.
- 2- Formulário de autorização e confidencialidade assinados.
- 3- Upload do vídeo de apresentação do case
- 4- Upload dos logos do anunciante e agência.
- 5- Upload da imagem que representa o case para uso da Organização na divulgação do Prêmio.

As informações preenchidas no formulário serão de responsabilidade de quem se inscreve e não poderão ser alteradas após a sua finalização. Pedimos gentileza em verificar todos os dados.

Contatos

Contatos do Meio & Mensagem – Organização do effie awards Brasil

financeiro@grupomm.com.br para dúvidas de pagamento e nota fiscal.

atendimentoeventos@grupomm.com.br para dúvidas sobre regulamento ou preenchimento da inscrição online.

www.effie.com.br