



**Regulamento**  
**2025**

# Índice

<b>03</b>	Prazos e Valores
<b>04</b>	Elegibilidade
	Regras de inscrição
<b>05</b>	Dicas
<b>06</b>	Categorias
<b>07</b>	Como inscrever seu case
	Vídeo de apresentação do case
<b>08</b>	Julgamento
<b>11</b>	Premiação
<b>12</b>	Insight Report
	Créditos e Effie Index
<b>13</b>	Confidencialidade
<b>14</b>	Formulário de autorização
<b>15</b>	Checklist
	Contatos

## Prazos e Valores

As inscrições deverão ser realizadas através do site [www.effie.com.br](http://www.effie.com.br).

### CRONOGRAMA E VALORES

Inscrições	Período	Valores
Inscrições Antecipadas	10/03/2025 a 15/04/2025	R\$ 5.780
<b>Inscrições REGULARES</b>	<b>16/04/2025 a 05/06/2025</b>	<b>R\$ 6.850</b>
Inscrições Estendidas	06/06/2025 a 02/07/2025	R\$ 9.100
Prazo de Urgência	03/07/2025 a 10/07/2025	R\$ 12.300

As inscrições antecipadas funcionam como um compromisso de compra para agências que queiram se aproveitar do menor valor. Para que o valor seja confirmado, a inscrição deve ser finalizada impreterivelmente até 05/06/25 através da plataforma (<https://effie-brazil.acclaimworks.com/>). Se isso não acontecer, será cobrada a diferença entre o valor da inscrição antecipada e o valor vigente na data de finalização da inscrição.

Para os demais períodos, o valor cobrado será definido conforme a data de finalização da inscrição no sistema.

Para que possamos preparar adequadamente o julgamento, **não serão aceitas inscrições finalizadas após 10/07/25**.

### DESCONTOS

**Desconto para novas agências:** Para que possam conhecer o processo e acumular os primeiros aprendizados na preparação dos cases, agências que não participaram do Effie Awards Brasil nos últimos 3 anos (2022 a 2024) terão direito a um desconto de 30% em até 3 inscrições. Agências que não participaram nesse período, mas optarem por 3 inscrições ou mais, entrarão na regra geral sem direito ao desconto.

**Desconto por volume de inscrições:** agências que realizarem entre 15 e 30 inscrições terão direito a 5% de desconto e acima de 30 terão 10% de desconto. Para a aplicação do desconto será considerado o total de inscrições finalizados em uma mesma fatura/invoice.

**Desconto para Assinatura Corporativa do Meio & Mensagem:** agências ou clientes que fazem parte do Assinatura Corporativa do Meio & Mensagem tem direito a 10% de desconto sobre o valor final a pagar, independentemente dos descontos já concedidos (por volume ou novas agências). Para validar o desconto será considerado o CNPJ da empresa responsável pela inscrição do case. Se quiser conhecer mais vantagens da Assinatura Corporativo, acesse <https://assinaturacorporativa.meioemensagem.com.br/>

### PAGAMENTO

O valor a pagar é cobrado 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 invoice gerada pelo sistema de inscrição serve apenas como indicativo da data de finalização e quantidade de cases inscritos. A cobrança de R\$ 1 é simbólica. O valor a ser pago será enviado por email de acordo com a opção de pagamento escolhida (antecipada, cartão de crédito, boleto bancário e Paypal)

### CANCELAMENTO

As inscrições não poderão ser canceladas após a finalização.

Para as compras adquiridas na fase de inscrições antecipadas, só poderão ser canceladas até 10 de julho de 2025. Neste caso, será gerado um crédito que poderá ser utilizado para o Effie Awards Brasil 2026.

# Elegibilidade

**Campanhas ou ações de marketing individuais que tenham sido executadas no Brasil entre 01 de janeiro de 2024 e 30 de junho de 2025, ainda que tenham sido iniciadas em data anterior ou encerradas posteriormente.**

É possível 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.

## Inscrição de cases já inscritos anteriormente:

- ✦ Vencedores de ouro: podem inscrever seus cases em 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 Goliath (Ouro/Prata/Bronze): não podem inscrever nesta categoria em 2 anos consecutivos.

# Regras de inscrição

1. O Effie é uma competição anônima, portanto **não coloque o nome da agência e/ou logo no vídeo-case, ficha de inscrição, materiais criativos ou explicativos que serão vistos pelos jurados. Isso poderá desclassificar o case.**
2. É necessário anexar em todas as inscrições o Formulário de Autorização e Confidencialidade assinado por um representante da agência e um do anunciante.
3. Só serão aceitas inscrições devidamente acompanhadas da totalidade dos componentes de participação (Formulário de inscrição preenchido no sistema, imagem para divulgação do case, logos da agência e cliente, vídeo de apresentação do case e formulário de autorização assinado)
4. 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.**
5. Cada inscrição feita em uma categoria adicional será considerada uma inscrição individual. Cases inscritos em mais de uma categoria podem ser duplicados, sem a possibilidade de edição das respostas ou preenchidos novamente adaptando as respostas conforme a categoria.
6. O mesmo case pode ser inscrito em no máximo 4 categorias, sendo apenas 1 Categoria Geral e 3 Categorias Especiais ou em 4 Categorias Especiais.
7. Em caso de mais de uma agência estar envolvida no case, deverá ser acordado, antecipadamente à inscrição, qual agência fará a inscrição. 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.
8. 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.

9. Só serão consideradas inscrições efetivadas aquelas que (1) completarem o formulário online, (2) fizerem o upload de todos os materiais obrigatórios, incluindo o Formulário de Autorização assinado pela agência e anunciante e (3) tiverem seus pagamentos realizados dentro da data de vencimento original impressa no boleto.
10. Não incluir resultados posteriores a **30 de junho de 2025**. Os jurados serão orientados a desconsiderar a informação ou, caso seja muito relevante para o case, este poderá ser desqualificado.
11. A organização, junto aos jurados, se reserva o direito de alterar uma inscrição de categoria se julgar mais adequado. Isso será feito sempre com o objetivo de melhor adequar o case à categoria, sem nunca prejudicar a inscrição.
12. A organização pode subdividir uma categoria, caso esteja tenha muitos cases finalistas.
13. A organização se reserva o direito de desqualificar qualquer case que não respeite os requerimentos de inscrição estabelecidos. Neste caso a agência será notificada sobre o motivo.
14. 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 divulgação dos finalistas, não serão mais feitas alterações** e o resultado será encaminhado para o Effie Worldwide.

## Dicas

- **BREVIDADE:** Faça o seu formulário de inscrição **claro, conciso, interessante e fácil de ler**. Lembre-se que um mesmo jurado pode analisar diversos cases diferentes em um dia.
- **CONTEXTO:** Para compreender o seu desafio, situação de negócio e o real significado de seus resultados, **o contexto é fundamental**. Simplesmente apresentar resultados sem explicá-los não é suficiente. Lembre-se que muitos jurados provavelmente não têm experiência em seu setor e você precisa ajudá-los para que eles possam compreender a dificuldade do seu desafio e o significado de seus resultados.
- **ADAPTAÇÃO À CATEGORIA:** Os jurados são orientados a avaliar a eficácia do trabalho dentro do contexto da definição da categoria em que está inscrito. Por isso **é essencial adaptar o case à categoria**.
- **NARRATIVA:** Trate o formulário de inscrição como se fosse contar uma história. **Cada seção deve estar interligada com a outra, e os objetivos com os resultados alcançados**. Os jurados leem todo o case, portanto não é preciso repetir informações em blocos diferentes. Aproveite para acrescentar informações relevantes. E inclua tabelas e quadros que possam facilitar a compreensão dos jurados.
- **FATORES EXTERNOS:** Deixe claro quaisquer outros fatores que os jurados podem erroneamente acreditar que podem ter contribuído para o sucesso: fatores econômicos, preço, distribuição, tempo etc. **Prove que foi seu projeto que culminou nos resultados**.
- **ANÁLISE PRÉVIA:** Depois de escrever seu case, **solicite a pessoas que não são ligadas a ele para analisá-lo**. O case está claro? Quais perguntas elas têm? Elas veem brechas nos seus argumentos?
- **REGULAMENTO:** Leia atentamente o regulamento, revise os requerimentos de formatos dos arquivos e as razões de desqualificação. Analise cuidadosamente se respondeu todos os itens para cada pergunta, pois o júri poderá deduzir pontos se todos os aspectos da questão não forem respondidos.
- **REVISÃO:** Revise todos os nomes creditados para garantir que estejam escritos corretamente, pois estes serão utilizados na elaboração dos troféus e publicações referentes ao Prêmio.

# Categorias

O Effie Awards Brasil 2025 possui 20 Categorias Gerais e 29 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 [effiebrasil@grupomm.com.br](mailto:effiebrasil@grupomm.com.br).

A descrição completa das categorias está disponível no arquivo **Categorias Effie Brasil 2025**.

## CATEGORIAS GERAIS

Você só pode inscrever o mesmo case em apenas uma destas categorias.

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 1. ALIMENTOS                                      | 11. PRODUTOS GERAIS      |
| 2. BEBIDAS ALCÓOLICAS                             | 12. RESTAURANTES         |
| 3. BEBIDAS NÃO ALCÓOLICAS                         | 13. SAÚDE E BEM-ESTAR    |
| 4. COMÉRCIO E VAREJO                              | 14. SEM FINS LUCRATIVOS  |
| 5. CUIDADOS PESSOAIS, BELEZA E HIGIENE            | 15. SERVIÇOS FINANCEIROS |
| 6. ELETRÔNICOS E BENS DURÁVEIS                    | 16. SERVIÇOS GERAIS      |
| 7. MÍDIA & ENTRETENIMENTO                         | 17. SNACKS E SOBREMESAS  |
| 8. MODA   | 18. TELECOMUNICAÇÕES     |
| 9. NOVOS PRODUTOS OU SERVIÇOS (EXTENSÃO DE LINHA) | 19. VEÍCULOS             |
| 10. NOVOS PRODUTOS OU SERVIÇOS (INTRODUÇÃO)       | 20. VIAGEM & TURISMO     |

## CATEGORIAS ESPECIAIS

As categorias especiais são projetadas para lidar com uma situação ou desafio de negócio específico. O mesmo case pode ser inscrito nas categorias especiais em que se enquadrar, respeitando o limite total de 4 categorias por case (incluindo a inscrição na Categoria Geral).

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.

### AUDIÊNCIA:

1. BUSINESS TO BUSINESS
2. MARKETING JOVEM

### BRANDED CONTENT, ENTRETENIMENTO E EXPERIÊNCIA:

3. BRAND EXPERIENCE
- 3.1 BRAND EXPERIENCE PRODUTOS
- 3.2 BRAND EXPERIENCE SERVIÇOS
4. BRANDED CONTENT
- 4.1 BRANDED CONTENT PRODUTOS
- 4.2 BRANDED CONTENT SERVIÇOS
5. COLABORAÇÃO ENTRE MARCA E FIGURA PÚBLICA (COLLABS) (NOVA)

### RESULTADO DE NEGÓCIOS:

6. BAIXO ORÇAMENTO
7. DAVID VS. GOLIAS
8. EFICÁCIA DE LONGO PRAZO
9. REPUTAÇÃO CORPORATIVA

### DIGITAL:

15. COMUNIDADE ENGAJADA (NOVA)
16. DIRECT TO CONSUMER
17. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (ATUALIZADA)
18. MARKETING DE INFLUÊNCIA
- 18.1 MARKETING DE INFLUÊNCIA PRODUTOS
- 18.2 MARKETING DE INFLUÊNCIA SERVIÇOS
- 19 MÍDIA SOCIAL
- 19.1 MÍDIA SOCIAL PRODUTOS
- 19.2 MÍDIA SOCIAL SERVIÇOS

### PLANEJAMENTO DE MÍDIA E INOVAÇÃO:

20. DATA DRIVEN
21. GRANDE IDEIA DE MÍDIA
22. INOVAÇÃO EM MÍDIA
23. PARCERIA DE CONTEÚDO

**10. REVITALIZAÇÃO DE MARCA****COMMERCE & SHOPPER:**

- 11. E-COMMERCE**
- 12. MARKETING PROMOCIONAL**
- 13. RETAIL MEDIA (ATUALIZADA)**
- 14. SHOPPER OMNI CHANNEL**

**SOLUÇÃO INOVADORA DE MARKETING:****24. SOLUÇÃO INOVADORA DE MARKETING****IMPACTO POSITIVO:**

- 25. BEM-ESTAR SOCIAL**
  - 25.1 BEM-ESTAR SOCIAL SEM FINS LUCRATIVOS
  - 25.2 BEM-ESTAR SOCIAL MARCAS
- 26. DIVERSIDADE, EQUIDADE & INCLUSÃO**
  - 26.1 DIVERSIDADE, EQUIDADE & INCLUSÃO SEM FINS LUCRATIVOS
  - 26.2 DIVERSIDADE, EQUIDADE & INCLUSÃO MARCAS
- 27. MEIO AMBIENTE**

**EVENTOS ATUAIS E ANUAIS:**

- 28. MARKETING SAZONAL**
- 29. PIVOTAGEM CRÍTICA & RESPOSTA À CRISE**

## Como inscrever seu case

1. Preencha o Formulário de Inscrição através da ferramenta online disponibilizada em [effie.com.br](http://effie.com.br) (Lembre-se de não identificar a agência em nenhum dos campos explicativos).
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 digitalizada do Formulário de Autorização e confidencialidade devidamente assinado, tanto pela agência quanto pelo anunciante.
4. Faça o upload das peças criativas e itens obrigatórios a seguir:
  - a) Vídeo de apresentação do case (em português)
  - b) Logo da agência e anunciante, em curvas, no formato .ai ou .eps
  - c) Logo da agência e anunciante, em formato .jpg ou .jpeg
  - d) Imagem que represente o case, para ser divulgado no Book Effie Brasil, caso seja vencedor.  
Formato: 20cm x 11,25cm, em jpg, 300 dpi's.

**Os limites de peso dos arquivos que deverão ser enviados via upload pelo site são:**

- Materiais criativos (imagens) devem ter peso mínimo de 1MB e máximo de 20MB, nos formatos .jpg ou .jpeg
- Material criativo (vídeo) deve ter peso mínimo de 5MB e máximo de 300MB, no formato .mp4
- Só é permitido um arquivo de vídeo com no máximo 4 minutos.

## Vídeo de apresentação do case

O propósito do vídeo de apresentação do case é demonstrar como seu trabalho criativo foi executado no mercado. Este não deve ser uma síntese ou relato do seu case escrito uma vez que **os jurados são obrigados a ler a parte escrita antes de poder visualizar qualquer material criativo**. Você pode até inserir algum contexto ou explicação se considerar necessário, mas certifique-se que este não irá atrapalhar o júri de ver exemplos suficientes de sua execução.

**ORIENTAÇÕES:**

1. Não é permitido inserir nome/logo da agência

2. Nenhum resultado (incluindo métricas relacionadas a desempenho em redes sociais) ou valores de investimento podem ser incluídos
3. **Limite de tempo máximo de 4 minutos.**
4. Sugerimos um mínimo de 70% sendo exemplos de trabalho criativo
5. Deve incluir ao menos um exemplo de cada ponto de contato mencionado na inscrição
6. É ideal etiquetar cada exemplo criativo por tipo de mídia (filme de TV, spot de rádio, banner etc) e ano de execução (no caso de inscrição na categoria Eficácia de Longo Prazo)
7. Não adicione imagens ou músicas que não tenham sido utilizados em seu material criativo (especialmente materiais de concorrentes), a menos que tenha direitos sobre estas
8. O vídeo-case deve estar narrado ou legendado em português.

### ATENÇÃO:

NÃO COLOQUE	PREFIRA
As vendas aumentaram em 20%.	As vendas dispararam
Tivemos o triplo de interações nas redes sociais.	As interações sociais aumentaram significativamente.
Ficamos em primeiro lugar.	O case foi um sucesso.
Dobro da média de leads.	Acima da média de leads.

## 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 individual, anônima e confidencial.

### FASES DO JULGAMENTO

#### Primeiro round - Finalistas

Os jurados analisam cases de categorias variadas, avaliando cada quesito (Estratégia, Criatividade, Execução e Resultado) com uma nota de 11 a 100. Os Jurados podem, por exemplo, avaliar 2 cases de Bebidas Alcolólicas, seguir com 3 cases de David X Golias e terminar com 2 cases de Lançamentos. Os cases são analisados individualmente e os que obtiverem pontuação alta o suficiente tornam-se finalistas e passam para o segundo round.

Nesta fase, cada case segue um mesmo processo: Os jurados começam sempre com um tempo para leitura do case. Somente depois assistem à apresentação do material criativo (vídeocase), e então abre-se para discussão. Quando todos sentem-se devidamente informados e preparados, cada jurado registra sua nota individual para cada um dos quatro quesitos, responde as perguntas de feedback e pode reforçar sua avaliação sinalizando se acredita que o case avaliado merece ir para o segundo round.

Após o término do primeiro round de julgamento, a equipe do Effie Awards Brasil revisa as avaliações e define os finalistas. Embora as pontuações sejam o principal quesito para um case ser finalista, analisamos também o número de recomendações dos jurados para avançar um case para o 2º round. Esta revisão é feita sem qualquer identificação de agência, anunciante ou título do case. Baseia-se exclusivamente na avaliação registrada pelos jurados através de suas notas e sinalização para finalista.



## Segundo Round - Troféus

Nesta fase de julgamento é obrigatório que todos os cases de uma mesma categoria sejam avaliados pelo mesmo grupo. Assim como no primeiro round, os jurados leem os cases, visualizam os materiais criativos, discutem em grupo, dão nota de 11 a 100 para cada quesito de avaliação e respondem às perguntas de feedback. Os cases são então classificados e premiados com troféus Ouro, Prata e Bronze (para mais detalhes, veja a seção Premiação).

Os jurados são designados a uma categoria de maneira a não ter conflito de interesses com os cases avaliados. Quando acontece um conflito, o jurado declara-se impedido de julgar o case e deixa a sala para que sua presença não atrapalhe uma correta e isenta avaliação. Os jurados são incentivados a discutir os cases finalistas da categoria antes de finalizar individualmente suas pontuações.

Os Jurados estão procurando grandes resultados vindos de metas desafiadoras - um case verdadeiramente eficaz. Simplesmente digitar números impressionantes, sem o contexto sobre porque os números são impressionantes, o contexto competitivo, contexto da categoria etc. e como as comunicações estão diretamente ligados aos resultados, não vai garantir um Effie.

## Júri Final - Grand Effie

O julgamento é realizado no dia da cerimônia de premiação do Effie, onde um júri especial, composto por líderes participantes do primeiro e segundo round, determina a qual case será atribuído o título de Grand Effie, que representa o melhor case do ano.

Apenas cases vencedores de ouro com maiores pontuações são elegíveis para o Grand Effie.

## 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:

<b>Estratégia - Desafio, contexto e objetivos:</b>	<b>23,3%</b>
<b>Criatividade - Insights e ideia:</b>	<b>23,3%</b>
<b>Execução - Trazendo a ideia a vida:</b>	<b>23,3%</b>
<b>Resultados – Efetividade da campanha:</b>	<b>30,0%</b>

**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 havia 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 prestarão 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 por que 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

Ao final do processo de julgamento, as campanhas finalistas serão classificadas conforme a média das notas dos jurados aptos a participar. As que 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.

É necessário, entretanto, que as campanhas atinjam uma pontuação mínima predefinida pela organização. Esta pontuação é baseada em histórico de notas e apenas para uso interno. Então, por exemplo, caso o primeiro lugar não atinja a pontuação necessária para um Effie Ouro, ele passa a ser premiado com um Effie Prata e o segundo lugar com um Effie Bronze. Caso nenhum finalista atinja uma pontuação mínima para troféu, a categoria pode ficar sem premiados.

Há a possibilidade, também, de que 2 cases estejam entre os primeiros classificados, tenham atingido a pontuação mínima para premiação, e tenham notas iguais. Neste caso, a organização pode decidir por conceder um segundo troféu de Ouro, Prata ou Bronze, desde que não ultrapasse o limite de 4 troféus por categoria.

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

Para o prêmio de **Agência do Ano** serão computados apenas os pontos das agências primárias de cada case inscrito, seguindo a mesma pontuação do Effie Index. Caso ocorra empate entre duas ou mais agências, serão levados em conta a quantidade de troféus Ouro, seguido de Prata, Bronze e Finalistas caso necessário (para esta finalidade, o Grand Effie será considerado como Ouro). A agência será premiada com um troféu especial.

Para **Anunciante do Ano** segue-se o mesmo critério estipulado para as agências.

**Marca do Ano**, os pontos serão computados seguindo os mesmos critérios descritos anteriormente para Agência do Ano e Anunciante do Ano

Revise o [Effie Index](#) para registrar os nomes de todas as empresas creditadas no case de maneira padronizada, para que não haja problema no momento que as pontuações forem computadas.

# Insight Report

Com o intuito de melhorar o feedback do Effie Awards Brasil, em 2025 será possível adquirir os **Insights Reports**, no valor de R\$100 para cada inscrição.

Os Insights Reports deverão ser adquiridos no momento da finalização e envio das inscrições, ao gerar a Invoice de pagamento. Ao selecionar a opção de Insights Reports será gerada uma cobrança extra conforme a quantidade de inscrições enviadas, não sendo possível escolher Reports para cases específicos. Após a finalização e envio das inscrições não será mais possível a aquisição dos Insights Reports.

O Insight Report é um relatório com feedback dos jurados que avaliaram seu case. Durante o processo de julgamento eles são encorajados a responder os pontos fortes, fracos e quais perguntas ficaram sem resposta durante a apresentação do case. Neste também informamos em qual critério de avaliação (estratégia, criatividade, execução ou resultado) seu case se saiu melhor e em qual teve a pior avaliação.

# Créditos e Effie Index

## 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, quatro agências secundárias e 10 profissionais individualmente.

Ao creditar uma segunda agência como uma agência primária, 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 devem 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 divulgação dos finalistas. 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](http://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 2025, os créditos submetidos serão utilizados para formar o índice de 2026.

Nós pedimos que todos os participantes revisem a Rede (Network) 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 apresentados 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](http://effieindex.com) como sua empresa foi listada nos últimos anos.

## SISTEMA DE PONTUAÇÃO:

O Effie Worldwide evoluiu o método de cálculo do Índice Effie de uma escala linear para exponencial para reconhecer ainda mais os profissionais de marketing mais eficazes a cada ano, portanto os pontos de agora em diante são:

	Agências Primárias e Anunciantes	Agências Secundárias
Grand Effie*	48 pontos	24 pontos
Ouro	24 pontos	12 pontos
Prata	12 pontos	6 pontos
Bronze	6 pontos	3 pontos
Finalista	2 pontos	1 ponto

\* Para o vencedor do Grand Effie, fica outorgada a maior pontuação ao case, ou seja, 48 pontos (e não 24 + 48).

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:

- 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.
- 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.
- 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.

Ao inscrever o trabalho na competição, o participante concorda que os Effie Awards e Effie Worldwide recebem automaticamente o direito de fazer cópias, reproduzir e exibir o videocase, resumo do case e imagem para divulgação para fins educacionais e de publicidade, tais como, mas não se limitando ao Effie Awards Journal, Website, Press Releases, Newsletters, Programação/Conferências e Gala de Premiação.

Embora, a inscrição do case já represente a permissão para publicar onde necessário o videocase, 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 Effie Worldwide ou sites parceiros 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 pode ser publicado integralmente no Effie Case Database para fins educacionais.
- ☐ NÃO – Por conter informações confidenciais, autorizo que apenas o videocase, 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 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 podem 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 deverá ser gerado ao final do processo de inscrição do case dentro do próprio sistema. Depois de assinado pelos executivos responsáveis pelas informações contidas no case, tanto da agência quanto do anunciante, deverá ser feito o upload do arquivo de volta no sistema, para que faça parte integrante da inscrição.

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

# 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. Upload do 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

Meio & Mensagem – Organização do Effie Awards Brasil

[effiebrasil@grupomm.com.br](mailto:effiebrasil@grupomm.com.br) para dúvidas sobre regulamento ou preenchimento da inscrição online.

[financeiro@grupomm.com.br](mailto:financeiro@grupomm.com.br) para dúvidas de pagamento e nota fiscal.

[www.effie.com.br](http://www.effie.com.br)