

MÍDIA FESTIVAL 2020

Regulamento NOVOS TALENTOS



A APP - Associação dos Profissionais de Propaganda de Campinas realizará o **MÍDIA FESTIVAL NOVOS TALENTOS 2020**, com objetivo principal de descobrir novos talentos e valorizar os estudantes da região e suas respectivas faculdades e universidades.

Artigo 1 - Participação

Está aberta a participação para as faculdades e universidades de Comunicação, Publicidade e Propaganda, Design e Marketing, sediadas na área de abrangência da APP Campinas.

1.1. A área de abrangência da APP Campinas é a seguinte:

APP Campinas:

Águas de Lindóia / Americana / Amparo / Arthur Nogueira / Atibaia / Bragança Paulista / Campinas / Cosmópolis / Elias Fausto / Holambra / Hortolândia / Indaiatuba / Itapira / Jaguariúna / Lindóia / Louveira / Mogi Mirim / Monte Mor / Nova Odessa / Paulínia / Pedreira / Pinhalzinho / Santa Bárbara / D'Oeste / Santo Antônio de Posse / Serra Negra / Socorro / Sumaré / Valinhos / Vinhedo.

Distrito Jundiaí – Bom Jesus dos Perdões / Cajamar / Campo Limpo / Itatiba / Itupeva / Jarinu / Joanópolis / Jundiaí / Nazaré Paulista / Piracaia / Várzea Paulista.

Distrito Limeira – Araras / Cordeirópolis / Conchal / Corumbataí / Engenheiro Coelho / Itacemópolis / Leme / Limeira / Mogi Guaçu / Rio Claro / Santa Gertrudes.

Distrito Piracicaba – Águas de São Pedro / Brotas / Capivari / Charqueada / Mombuca / Piracicaba / Rafard / Rio Claro / Rio das Pedras / Saltinho / Santa Maria da Serra / São Pedro / Torrinha.

1.2. Nos termos deste Artigo 1, a premiação está aberta para faculdades e/ou universidades sediadas nas cidades da área de abrangência da APP Campinas (vide item 1.1). Faculdades e/ou universidades de São Paulo/ Capital, não podem participar. As de outras localidades devem requerer prévia autorização para inscrição no Mídia Festival 2020 à APP Campinas.

Artigo 2 - Categorias

A Categoria Estudante é única e será premiada em **Ouro, Prata e Bronze**.

Artigo 3 - Participação

Elegibilidade:

Será necessário comprovar o curso de comunicação em andamento. Na inscrição o estudante deve incluir o número de sua carteira de estudante, nome, RA, e-mail e telefone de cada membro da equipe. Também deverão fornecer o nome, e-mail e telefone do coordenador do curso.

Credenciamento:

A inscrição das equipes deverá ser feita pelo próprio grupo, em formulário específico e on-line, no hotsite www.midiafestival.com.br.

Equipe:

Os grupos poderão ser formados de 3 a 5 estudantes. O grupo deverá ser identificado por um nome/universidade.

Artigo 4 – Briefing

Cliente: Croasonho



Campanha: : Croasonho Lançamento de 2 novos sabores de Croaburgers

✓ A MARCA

Nossa marca surgiu em 1997 com a criação da receita do Croasonho. Um produto com massa de croissant artesanal, fresquinha e crocante, acompanhada de recheios surpreendentes e coberturas de dar água na boca. Uma novidade de sucesso que, em pouco tempo, conquistou milhares de #Croalovers e nos consolidou no mercado gastronômico.

Em 2000, buscando ampliar negócios, inauguramos a primeira loja da rede Croasonho na praia de Atlântida, no Rio Grande do Sul. Já em 2009, demos um novo salto e criamos o sistema de franchising. Uma oportunidade que nos fez remodelar o negócio e expandir nossas lojas para todo o Brasil.

Hoje, somos reconhecidos pela qualidade do nosso produto e pela personalidade única da nossa marca. Descolada, descontraída e próxima das pessoas, ela conquista novos fãs a cada dia e, é claro, o crescimento no mercado.

A Croasonho faz parte do Grupo Halipar, que também possui as marcas Griletto, Jin Jin e Montana Grill. A holding é um dos maiores grupos de franquias de alimentação do país, o que nos permite levar aos nossos franqueados toda a assistência para o seu desenvolvimento: da abertura das lojas às ações de marketing.

Ao longo dos anos, a Croasonho criou a sinergia perfeita entre produto, ambiente e consumidores. Ponto de encontro ideal para reunir os amigos e a família, nossas lojas proporcionam experiências gastronômicas únicas para momentos inesquecíveis. E o sucesso desse conceito é tanto que nosso crescimento não para de avançar com a abertura de novas lojas pelo país, sempre acompanhadas da qualidade e dedicação incomparável da Croasonho e do carinho cada vez maior de nossos clientes.

Carinho tão grande que conquistou até o coração da rainha da internet: a Gretchen! Ela foi a embaixadora da marca quando mudamos o nosso visual e embalou as nossas redes com a releitura de um dos seus maiores hits, que virou “Croa La Croa” em um vídeo divertido e supercriativo.

São mais de 80 lojas em 16 estados brasileiros, todas elas com o estilo Croasonho de ser: bonitas, aconchegantes e perfeitas para compartilhar momentos entre pessoas. Os pedidos por meio do delivery são cada vez mais comuns em nossas franquias. Atendemos a um público específico e fiel, o qual representa uma fatia interessante do nosso faturamento atual.

Nossa presença nacional é sinônimo de sucesso com os #CROALOVERS

Essas pessoas são verdadeiras amantes da marca, que a divulgam de todas as formas possíveis e adoram participar de suas ações e promoções. Um público importante que demonstra a relevância da Croasonho como uma das principais marcas do segmento de alimentação no país.

✓ Contexto

A união entre a massa crocante do Croasonho e o delicioso hambúrguer bovino resultou em uma combinação que despertou a curiosidade de muitos e a paixão de tantos outros: estamos falando do Croaburger! Hoje, este

produto conta com 2 opções de sabores. O lançamento aconteceu em março de 2018, trazendo os sabores Clássico e Barbecue. Já em junho de 2019, dois novos sabores, entraram para a coleção: Cinco Queijos e Calabresa e Bacon, por se tratar de uma edição limitada foram descontinuados em março de 2020. Mantendo somente os sabores Clássico e Barbecue no cardápio atual.

O mote da campanha de lançamento trazia a frase “Prove. Acredite. Surpreenda-se.” e o porta-voz da marca neste momento foi o Repórter Croasonho, interpretado pelo ator Erick Clepton.

Ele foi às ruas de São Paulo para conversar com as pessoas sobre combinações improváveis do dia a dia e, depois, levou a galera para provar o Croaburger e tirar suas conclusões sobre a mistura inusitada.

Tudo isso virou um vídeo bem-humorado que foi para as nossas redes e gerou muitas interações, curtidas e comentários.

Clique no link (<https://www.youtube.com/watch?v=kwX-X58MpOc>)

Assim, queremos lançar mais dois sabores de Croaburger, por tempo limitado, e precisamos da sua ajuda para descobrir quais são as novas receitas que vão conquistar o coração dos #Croalovers.

✓ **JOB**

Campanha de lançamento de 2 novos sabores de Croaburgers - **Co Brand Ketchup Heinz**.

Os sabores serão:

CINCO QUEIJOS

Hambúrguer bovino, molho, cinco queijos, rúcula, cebola caramelizada, tomate e molho parmesão.

CALABRESA E BACON

Hambúrguer bovino, calabresa fatiada, cheddar, bacon em tiras e molho parmesão.

✓ **Verba**

R\$500.000,00

✓ **Período da campanha**

3 meses (de 1 de novembro a 31 de janeiro)

✓ **Abrangência**

Território nacional, nas regiões onde a Croasonho possui unidades.

Veja as lojas em (www.croasonho.com.br/lojas)

✓ **Tarefa da Comunicação**

Precisamos elaborar, além da criação de dois novos sabores, toda a campanha de lançamento desses produtos, integrando o digital ao offline, sem esquecer de engajar os nossos maiores parceiros: os franqueados da marca, considerando os seguintes pontos para a comunicação:

Storytelling: Qual é o mote da campanha e qual é a história que queremos contar ao nosso público?

Key Visual: Qual será o visual da campanha e de que forma ela será desdobrada para os materiais digitais e impressos?

Estratégia: Como abordaremos o nosso público, que canais utilizaremos, como será administrada a verba da campanha e por que escolhemos esses caminhos?

✓ **Target**

De acordo com um estudo realizado pela Favo, agência gaúcha de pesquisas de mercado, nosso público é formado por mulheres, com quase 90%. A maioria possui ensino superior completo, com renda entre R\$ 1.628 e R\$ 4.851. O nosso mapa de personalidade digital define a persona Croasonho como uma mulher que tem entre 25 e 35 anos. Entre essas pessoas, identificamos quatro possíveis públicos:

Croalovers: são as pessoas que amam a marca e os produtos, costumam consumir com certa frequência e gostam de recomendar a experiência para outras pessoas.

Ocasionais: é o público conhecedor da marca, mas que não costuma consumir com muita frequência. Esse público enxerga a Croasonho como uma opção de ocasião.

Desconhecedores: são as pessoas que não conhecem a marca e nem ouviram falar de nossos produtos.

Caçadores de Promos: é o público sensível a preço, que pode ser conquistado através de uma ação promocional. Esse público pode incluir pessoas que conhecem a marca, mas que nunca consumiram os produtos.

✓ **Mensagem e tom da comunicação**

A linha de comunicação da campanha deve ser divertida, conforme o que a marca vem fazendo até então, mas sem deixar de pensar no target, abordando assuntos que sejam de interesse dos nossos #Croalovers, seguindo a personalidade definida para a Croasonho.

IDENTIDADE (Quem é a nossa persona?)

Mulher | 25 - 35 anos

INTERESSES (Assuntos sobre os quais a marca fala e se interessa)

Universo Pop | Comportamento Lifestyle | Selfcare

AUTO-IMAGEM (Como a marca se enxerga)

Valoriza momentos | Despojada | Confiante | De bem com a vida | Conectada

RELACIONAMENTOS (Como a marca se relaciona com o seu universo)

Amiga | Comunicativa | Sociável | Empática

REFLEXO (Como as pessoas enxergam a marca)

Amada / Tietada | Descontraída Antenada | Original

PERSONALIDADE (Características marcantes que a definem)

Espontânea | Simpática | Próxima Divertida | Segura de si

✓ **Cores**

A área de proteção preserva a visibilidade e a leitura da marca, evitando a interferência de outros elementos, como outras marcas, por exemplo. O módulo x estabelecido é equivalente à altura do símbolo.

Marrom Croa 1: #90606b | RGB: 144 96 107

Marrom Croa 2: #533128 | RGB: 83 49 40

Marrom Croa 3: #916457 | RGB: 145 100 87

Vermelho Croa: #c03c45 | RGB: 192 60 69
Laranja Croa 1: #c3654c | RGB: 195 101 76
Laranja Croa 2: # ffab54 | RGB: 255 171 84
Bege Croa 1: #e4d1c9 | RGB: 228 209 201
Bege Croa 2: # f4e2db | RGB: 244 226 219
Bege Croa 3: #fff3ed | RGB: 255 243 237

✓ **Fonte**

Nome: GOLDPLAY

✓ **Peças**

Algumas peças são obrigatórias pois fazem parte do dia a dia da Croasonho, mas peças adicionais podem ser sugeridas conforme a estratégia da campanha.

Plano de Conteúdo Digital

contemplando Facebook, Instagram e Instagram Stories, pensando em teasers e no lançamento dos produtos.

Banner para Site

1920 x 950 px

Release

para canais de comunicação parceiros da marca.

Briefing de Fotos

fotos de produto para inclusão no cardápio e utilização nos demais materiais.

Vídeo de Lançamento

roteiro + monstro ou storyboard para execução de um vídeo de 1'.

Lâmina Frente

lâmina impressa em tamanho 23,5 x 36,5 cm, que será entregue junto com o cardápio.

Segue o link do Drive com os materiais do cliente:

https://drive.google.com/drive/folders/1JOYfxhqlEzTzhfEii68awVwVsDoly_PJ?usp=sharing

Entrega:

Cada equipe deverá enviar **em um único arquivo** uma apresentação completa da campanha que deve conter os seguintes pontos:

- Posicionamento de Comunicação
- Justificativa do posicionamento
- Tagline
- Distribuição da verba

E as peças off-line e on-line sugeridas.

Artigo 5 - Prazos

Os trabalhos devem ser **inscritos** de **05 de agosto de 2020** até, no máximo, **09 de outubro de 2020**
Ressaltando que todas as inscrições serão on-line pelo www.midiafestival.com.br.

IMPORTANTE: Estamos liberando o projeto pois acreditamos que, por hora, nada muda para a premiação do Mídia Festival 2020. Nós da APP Campinas estamos confiantes que os problemas com a pandemia passem o mais rápido possível e em novembro tudo esteja estabelecido.

Artigo 6- Júri e Critérios:

Todos os trabalhos enviados serão avaliados por um júri formado por profissionais de comunicação renomados das principais agências da região e diretores de Inteligência Criativa da APP Campinas.

A APP Campinas elegeu os seguintes critérios para avaliação das peças publicitárias inscritas no Mídia Festival 2020: **criatividade**, **inovação** e **pertinência**. De acordo com os referidos critérios, os jurados atribuirão notas de 0 a 10 aos trabalhos que lhes forem submetidos. Sobre as notas atribuídas por cada um dos avaliadores, aplica-se o quanto segue:

Criatividade: nota deve ser multiplicada por 3
Pertinência: nota deve ser multiplicada por 2,5
Inovação: nota deve ser multiplicada por 2

Artigo 7- Apresentações:

Os grupos responsáveis pelos cinco melhores trabalhos serão convocados para a realização presencial da defesa de criação e explicações das ações apresentadas. Essa apresentação ocorrerá na sede da APP Campinas no dia **20 de outubro (a ser confirmado)**, a partir das 9h. Estes cinco grupos já farão parte do shortlist da premiação.

A ordem de apresentação dos grupos na reunião supra mencionada será definida por meio de sorteio a ser realizado pela própria APP Campinas, cujos resultados serão divulgados no site www.midiafestival.com.br.

A equipe poderá participar da referida reunião de apresentação apresentando-se de forma pontual, não sendo obrigatório o grupo completo. O tempo máximo de apresentação será de 20 minutos.

Local: sede da APP Campinas (**estamos verificando a possibilidade da apresentação ser através de vídeo**)
Av. João Erbolato, 364
CEP 13070-070 – Jd. Chapadão – Campinas
Fone/Fax: (19) 3255.1081

Artigo 8 - Premiação

A equipe classificada em primeiro lugar, receberá um troféu de premiação. Cada participante do grupo receberá o seu certificado, e principalmente o crédito pela campanha.

Os grupos classificados em segundo e terceiro lugar receberão um troféu para a equipe e cada participante receberá seu certificado.

Artigo 9 - Divulgação dos resultados:

Os trabalhos premiados serão revelados durante o 30º Mídia Festival **2020**, evento que será realizado no dia **26 de novembro de 2019 (a ser confirmado)**.

Artigo 10 – Disposições finais

As peças classificadas no shortlist serão automaticamente incorporadas ao acervo do evento Mídia Festival 2020. As equipes concordam que, se sua peça for classificada no shortlist, a mesma poderá fazer parte de materiais promocionais relativos à premiação, sendo certo que este material, se produzido, poderá ser comercializado pela entidade, reproduzido ou distribuído gratuitamente, de acordo com critérios da APP Campinas.

Sede APP - Campinas
Av. João Erbolato, 364
CEP 13070-070 – Jd. Chapadão – Campinas
Fone/Fax: (19) 3255.1081
www.appcampinas.com.br