

# MÍDIA FESTIVAL 2020

## Regulamento Profissionais



### *Promovendo a Capacitação*

O **30º MÍDIA FESTIVAL** é uma realização da APP - Associação dos Profissionais de Propaganda de Campinas cujo objetivo é a valorização dos trabalhos desenvolvidos na região de Campinas/SP, premiando as melhores peças publicitárias e incentivando, assim, profissionais de agências, produtoras, veículos e clientes.

#### **Artigo 1- Participação**

A participação neste festival está aberta para as **agências de publicidade** sediadas na área de abrangência da APP Campinas, valendo consignar que tal abrangência lhe é atribuída pela APP Brasil.

1.1. Podem ser inscritos **trabalhos veiculados em qualquer local** no período entre **01 de setembro 2019 até 31 de agosto de 2020**.

#### **1.2. 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 / Iracemápolis / Leme / Limeira / Mogi Guaçu / 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.

1.3. Nos termos deste Artigo 1, a premiação está aberta para agências que tem sede nas cidades da área de abrangência da APP Campinas (vide item 1.2). Agências de São Paulo/ Capital, não podem participar. Agências de outras localidades devem requerer prévia autorização para inscrição no **Mídia Festival 2020** à APP Campinas.

## **ARTIGO 2 – CATEGORIAS**

As agências interessadas em participar do **Mídia Festival 2020** devem inscrever seus trabalhos observando, para tanto, as categorias a seguir relacionadas e descritas. Em cada uma das categorias serão eleitos os três melhores trabalhos inscritos, os quais serão premiados, respectivamente, com troféus **Ouro, Prata e Bronze**.

### **ATENÇÃO:**

#### **2.1 – VÍDEO TV**

Vídeos só poderão ser inscritos por agências. Nesta categoria devem ser inscritos **vídeos veiculados em emissoras de televisão**.

Serão exigidos na ficha de inscrição, detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente e etc) e resultados obtidos.

#### **2.2 – VÍDEO CINEMA E DIGITAL**

Vídeos só poderão ser inscritos por agências. Nesta categoria devem ser inscritos **vídeos veiculados nos meios cinema e canais digitais**.

Serão exigidos na ficha de inscrição, detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente e etc) e resultados obtidos.

#### **2.3 – RÁDIO / SPOT DIGITAL**

Spots e jingles, inscritos por agências. Enquadram-se aqui também spots ou outros áudios veiculados em canais digitais.

Serão exigidos na ficha de inscrição, detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente e etc) e resultados obtidos.

#### **2.4 – IMPRESSO**

Anúncios em qualquer formato veiculado em jornais e/ou revistas, inclusive os segmentados de qualquer setor (B2C / B2B / B2S).

Serão exigidos na ficha de inscrição, detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente e etc) e resultados obtidos.

#### **2.5 – MÍDIA OUT OF HOME (OOH)**

Outdoor, painéis eletrônicos, relógios eletrônicos, empenas, placas de esquina, cabines telefônicas, painel de estrada, busdoor, abrigo de ônibus, produtos do mobiliário urbano, publicidade em LCD, propaganda em banheiros, salas de reunião, prédios públicos e privados, e outros ambientes internos.

Serão exigidos na ficha de inscrição, detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente e etc) e resultados obtidos.

#### **2.6 – CAMPANHA INTEGRADA (B2C)**

Um único conceito aplicado a diversos meios, a fim de promover um único conceito/tema. Todas as peças, recursos e estratégias utilizados na campanha devem ser apresentados juntos, uma vez que é justamente essa a essência de uma “campanha integrada”. É obrigatório que a campanha tenha sido veiculada em um mínimo de 03 meios que fazem parte das Categorias do 30º Mídia Festival.

Projetos envolvendo eventos, toda a sua dinâmica, produção e infraestrutura, deverão ser inscritos nesta categoria, cabendo ao interessado apresentar informações relativas à criação do conceito, estratégia e design. Projetos promocionais devem ser inscritos nesta categoria, cabendo ao interessado apresentar informações relativas às estratégias adotadas, dinâmica da ação promocional, criação do conceito, desenvolvimento e resultados.

Detalhes pertinentes à efetiva execução das campanhas, sua veiculação e resultados obtidos serão exigidos na ficha de inscrição.

#### **2.7 – CAMPANHA INTEGRADA (B2B / Terceiro Setor / Governo)**

Um único conceito aplicado a diversos meios, a fim de promover um único conceito/tema. Todas as peças, recursos e estratégias utilizados na campanha devem ser apresentados juntos, uma vez que é justamente essa a essência de uma “campanha integrada”. É obrigatório que a campanha tenha sido veiculada em um mínimo de 03 meios que fazem parte das Categorias do 30º Mídia Festival.

Projetos envolvendo eventos, toda a sua dinâmica, produção e infraestrutura, deverão ser inscritos nesta categoria, cabendo ao interessado apresentar informações relativas à criação do conceito, estratégia e design. Projetos promocionais devem ser inscritos nesta categoria, cabendo ao interessado apresentar

informações relativas às estratégias adotadas, dinâmica da ação promocional, criação do conceito, desenvolvimento e resultados.

Detalhes pertinentes à efetiva execução das campanhas, sua veiculação e resultados obtidos poderão ser exigidos na ficha de inscrição.

**IMPORTANTE:** A agência poderá inscrever as peças das categorias “Campanha Integrada” em outras categorias de pertinência. Ressaltando que só será permitido uma inscrição da mesma campanha para cada categoria.

## 2.8 – DESIGN / PROJETO GRÁFICO

Devem ser inscritos nesta categoria trabalhos relativos ao desenvolvimento das seguintes ferramentas de comunicação: catálogos / embalagens / pôsteres / convites / calendários / folhetos / folders / rótulos / cartazes / cardápios / projeto editorial / mala direta impressa / adesivos de chão / brindes / displays / móveis/ wobblers / bandeirola / faixa de gôndola / bolacha de chope / jogo americano ou toalhas de mesa / pôster / brindes / uniformes e etc.

Serão exigidos na ficha de inscrição, detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente e etc) e resultados obtidos.

## 2.9 – BRANDING

Devem ser inscritos nesta categoria trabalhos relativos ao desenvolvimento das seguintes ferramentas de comunicação: logo / selo / marcas / identidade corporativa e poderão ser apresentados os ativos da marca, posicionamento, estudo de cores e aplicação de manual.

## 2.10– PROJETOS DE ENDOMARKETING

Endomarketing é uma estratégia de marketing institucional voltada para ações internas na empresa. Sendo assim, esta categoria foi criada para a apresentação de projetos que demonstrem as estratégias elaboradas e suas respectivas táticas/peças de comunicação, **comunicação interna**, que obrigatoriamente devem ser no mínimo duas.

Serão exigidos na ficha de inscrição, confirmação pelo RH da empresa da realização do projeto e respectivo período, além de registro fotográfico.

## 2.11– MARKETING DE CONTEÚDO

Devem ser inscritos nesta categoria trabalhos que utilizem o marketing de conteúdo como instrumento de aproximação das marcas/empresas de um determinado público-alvo. Entram aqui, por exemplo, trabalhos realizados em mídias sociais, com ou sem a participação de influenciadores digitais, plataformas de conteúdo e trabalhos correlatos. Peças destinadas exclusivamente para veiculação na Internet.

Serão exigidos na ficha de inscrição, detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente e etc) e resultados obtidos.

## 2.12– MÍDIA DE PERFORMANCE DIGITAL

Devem ser inscritos nesta categoria estratégias de marketing que visam atrair e converter clientes usando conteúdo relevante, sendo necessário deixar claro o objetivo da ação geração de leads, conversão e/ou call to action (Landing pages / Hotsites / Websites / Rich Media).

## 3 - PRÊMIO AGÊNCIA DO ANO

3.1. À agência que obtiver maior pontuação no **30º Mídia Festival 2020**, considerando-se seu desempenho em todas as categorias do evento, receberá o prêmio “Agência do Ano”.

3.2. Para a apuração da pontuação das agências participantes, consideram-se os critérios abaixo, os quais devem ser aplicados de acordo com os prêmios recebidos pela agência participante nas várias categorias.

**Ouro** – Uma (1) premiação “ouro” em qualquer categoria confere 1500 pontos à agência

**Prata** – Uma (1) premiação “prata” em qualquer categoria confere 500 pontos à agência

**Bronze** – Uma (1) premiação “bronze” em qualquer categoria confere 200 pontos à agência

3.3. Havendo empate entre agências, o prêmio será atribuído à agência que tiver mais prêmios “ouro”. Persistindo o empate, serão somados os prêmios “ouro e prata” e, se ainda assim permanecer o empate, somam-se todos os prêmios atribuídos às agências empatadas, atribuindo-se à que mais ganhou prêmios o prêmio de “agência do ano”.

## **ARTIGO 4 – FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PEÇAS**

4.1. As inscrições das peças publicitárias serão realizadas exclusivamente por meio de formulários on-line, cabendo aos interessados preencher os referidos formulários com todas as informações solicitadas, inclusive os Pedidos de Inserção (PI). Caso o cliente seja um veículo e não exista o PI, será necessário incluir os comprovantes de exibição.

4.2. É fundamental que sejam atendidos os seguintes critérios específicos:

4.2.1 - **Vídeo TV** - deve ser encaminhada a URL

4.2.2 - **Vídeo Cinema e Digital** - deve ser encaminhada a URL

4.2.3 - **Rádio / Spot Digital** – áudio em formato MP3 ou URL.

4.2.4 - **Impresso** – propaganda na extensão PDF com no máximo 10MB.

4.2.5 - **Mídia OOH** - propaganda na extensão PDF com no máximo 10MB.

4.2.6 - **Campanha integrada (B2C)** – Enviar PDF ou em URL, com no máximo 10MB.

4.2.7 - **Campanha integrada (B2B / Terceiro Setor / Governo)** – Enviar PDF ou em URL, com no máximo 10MB.

4.2.8 - **Design/Projeto Gráfico** - enviar, arte em PDF ou URL com no máximo 10MB

4.2.9 - **Branding** – enviar arte em PDF com no máximo 10MB

4.2.10 - **Projetos de Endomarketing** – enviar arte em PDF com no máximo 10MB

4.2.11 - **Marketing de Conteúdo** - deve ser entregue a URL, que não poderá estar protegido por senha e deverá estar disponível para acesso via Internet até 15 dias após o dia da premiação. Caso a peça não esteja disponibilizada, será desclassificada. Em caso de artes, entregar na extensão PDF, com no máximo 10MB.

4.2.12 - **Mídia de Performance Digital** - deve ser entregue a URL, que não poderá estar protegido por senha e deverá estar disponível para acesso via Internet até 15 dias após o dia da premiação. Caso a peça não esteja disponibilizada, será desclassificada. Em caso de artes, entregar na extensão PDF, com no máximo 10MB.

**4.3. Ainda quanto à inscrição das peças, importante observar o quanto segue:**

a) As peças não podem conter assinatura da agência. Para evitar retrabalho, sugere-se a verificação prévia de todas as peças inscritas, inclusive as eletrônicas, atentando-se especialmente para a indicação de autoria do trabalho nas respectivas URLs. Canais no Youtube ou outras redes não podem conter ou estar em nome da agência ou em nome do proprietário ou funcionário.

b) Em vídeos ou fotos não podem aparecer funcionários ou proprietários da agência.

c) A apresentação da peça deverá ser em um único arquivo contendo todas as imagens.

d) Todas as informações solicitadas para cada uma das categorias devem ser apresentadas/ disponibilizadas, sob pena de desclassificação da peça/campanha.

e) Está vedada a inscrição de peças publicitárias cujo anunciante seja a própria agência.

f) **Não usar hifens, acentos, espaços ou qualquer outro tipo de caracteres no nome do arquivo.**

g) Peças publicitárias já inscritas em anos anteriores não podem ser inscritas no 30º Mídia Festival 2020, ainda que veiculadas no período indicado no Artigo 1.

h) A inscrição de campanhas com várias peças, deve observar o quanto segue:

h.1) Desdobramentos de peças: todos os desdobramentos devem ser inscritos uma única vez em cada categoria. Assim, se sua agência desenvolveu 4 peças para mídia impressa para uma determinada campanha, todas essas peças deverão ser inscritas de forma única/juntas, ou seja, uma única vez em cada categoria.

h.2.) Sua agência pode inscrever peças de uma mesma campanha em várias categorias, mas não pode inscrever várias peças (desdobramentos) numa mesma categoria. Assim, você pode inscrever peças de uma mesma campanha na categoria vídeo e impresso, desde que o faça uma única vez em cada.

h.3.) Se sua agência usou o mesmo conceito criativo em várias peças para um mesmo cliente/campanha, todas essas peças devem ser inscritas uma única vez na categoria pertinente. Exemplo: foram criados 4 anúncios para um mesmo cliente/produto, a partir de um mesmo conceito criativo. Isso será

considerado um desdobramento do conceito criativo e, por isso, todas os 4 anúncios devem ser inscritos de uma só vez.

i) Dos direitos autorais, campanhas envolvendo diversos fornecedores/agências/parceiros

i.1.) Se a criação, desenvolvimento e/ou a produção da campanha inscrita teve a participação de outras empresas que não a própria agência que a está inscrevendo, este fato deve ser mencionado na ficha técnica, indicando-se, assim, todas as empresas envolvidas naquele trabalho.

i.2.) Havendo coparticipação, isto deverá ser informado. Esta regra se aplica, por exemplo, a trabalhos desenvolvidos por um conjunto de agências de diferentes especialidades, em favor de um único anunciante e relativamente a um mesmo projeto.

## **ARTIGO 5 – FICHAS DE INSCRIÇÃO**

5.1. As fichas de inscrição deverão ser encaminhadas à APP Campinas completamente preenchidas, sob pena de não serem recebidas.

5.2. Cada categoria possui uma ficha de inscrição específica, cabendo ao interessado tomar o cuidado de preenchê-la corretamente.

5.3. **As peças publicitárias não devem identificar a agência de publicidade.**

## **ARTIGO 6 – INSCRIÇÃO**

6.1. Os trabalhos devem ser **inscritos exclusivamente online no site do 30º MÍDIA FESTIVAL 2020 das 06h00** do dia **07 de outubro de 2020 até, no máximo, às 00h00** do dia **06 de novembro de 2020** acompanhados dos seguintes documentos:

- Formulário de inscrição
- PI (Pedido de Inserção/ Autorização de Veiculação)
- Peças em arquivo digital, os quais devem ser enviados on-line
- Comprovante de pagamento da taxa de inscrição

6.2. As peças somente serão consideradas inscritas a partir do momento que a APP Campinas confirmar o recebimento de todos os 4 (quatro) itens citados acima.

### **Observações:**

- Não serão aceitas peças publicitárias veiculadas fora dos períodos estabelecidos neste regulamento.
- As categorias que tiverem menos de 10 peças inscritas não serão julgadas e, portanto, não serão objeto de premiação no 30º Mídia Festival 2020.
- **Após dia 06/11/20** nenhuma peça será recebida pela APP, ainda que os demais documentos relativos a ela tenham sido encaminhados à entidade e/ou a inscrição tenha sido paga.

## **ARTIGO 7 - ENTREGA DE PEÇAS**

7.1. Não serão aceitas peças físicas. O envio das peças deverá ser feito exclusivamente online, conforme regras já descritas neste regulamento. Saiba mais no [www.midiafestival.com.br](http://www.midiafestival.com.br).

## **ARTIGO 8 – TAXA DE INSCRIÇÃO**

8.1. As taxas de inscrição são as seguintes:

1º lote: de 07 de outubro a 20 de outubro - R\$ 150,00 por peça  
2o lote: de 21 de outubro a 06 de novembro - R\$ 184,00 por peça

**Observação:** Os valores foram reavaliados em função do período que estamos passando.

8.2. Condições especiais aos associados da APP CAMPINAS

- Os **associados à APP Campinas terão desconto de 40%** em qualquer situação, ou seja, sobre o preço cheio de qualquer dos períodos de inscrição aqui estabelecidos.
- Associados APP Campinas que **inscreverem 15 ou mais peças, terão 10% de desconto** no valor total de todas as inscrições realizadas. Note-se que os 10% aqui referidos devem incidir sobre o valor obtido na forma do item precedente, ou seja, são 40 + 10%, e não 50% sobre o valor total das inscrições.
- Novos associados somente terão direito aos descontos aqui estabelecidos se assinarem seus contratos de associação até o dia **20 de setembro de 2020, comprometendo-se a agência que se manterá inscrita na Associação e, portanto, adimplente com suas obrigações, pelo período mínimo de 12 (doze) meses contados da data da contratação.** Para associar-se, o interessado deve preencher a ficha de inscrição disponibilizada no site da APP Campinas, aceitar o contrato de associação e, por fim, confirmar com a secretaria da APP se sua inscrição foi efetivada, o que deverá ser feito por meio do telefone (19) 3255.1081.
- Não associados não tem direito à descontos, devendo observar o valor da taxa fixada para cada um dos períodos de inscrição estabelecidos neste regulamento.

8.3. O pagamento da taxa de inscrição deverá ser feito pelo interessado, a quem caberá também fazer o cálculo do quanto devido, por meio de depósito na conta bancária a seguir indicada, de titularidade da APP Campinas:

**Dados para depósito:**

Banco Itaú

Agência. 0546

Conta corrente 56686-0

Razão Social: Associação dos Profissionais de Propaganda

CNPJ: 50.101.757/0001-40

**ARTIGO 9 - DO JÚRI E CRITÉRIOS**

9.1. O Júri será formado por profissionais de comunicação renomados das principais agências, produtoras de som e imagem, designers e veículos convidados de fora da área de abrangência da APP Campinas, indicados pelo Comitê de Eventos e divulgados no hotsite do Mídia Festival.

9.2. O julgamento dos trabalhos inscritos será realizado online e a certificação dos resultados será realizada na sede da APP Campinas. Ressalta-se que após a certificação, o julgador ou qualquer outro envolvido não terá acesso ao sistema, assim como não será possível requerer qualquer tipo de alteração nas avaliações anteriormente realizadas.

9.3. A APP Campinas elegeu os seguintes critérios para avaliação das peças publicitárias inscritas no 30º Mídia Festival 2020: **criatividade**, **inovação** e **pertinência**.

9.3.1. 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**

9.3.2. Somando-se todos os resultados dos cálculos acima propostos, será alcançada a nota final de cada avaliador para cada um dos trabalhos.

9.4. Após o julgamento, a Comissão Organizadora receberá dos jurados as planilhas certificadas e emitirá, com base nas informações recebidas, o short-list (relação com o nome dos responsáveis pelos 3 melhores trabalhos de cada uma das categorias).

9.5. Havendo empate em qualquer das categorias, o critério de desempate será o seguinte: vence o trabalho que recebeu as melhores notas no quesito “criatividade”. Persistindo o empate, serão verificadas as notas atribuídas no quesito “inovação” e, se necessário, também serão consideradas as notas no quesito “pertinência”. Na permanência do empate, membros do júri decidirão o vencedor, de forma soberana e irrecorrível.

9.6. Fica assegurado aos jurados a prerrogativa de não avaliar e, conseqüentemente, não premiar, trabalhos de qualquer das categorias, que não atendam aos requisitos acima apontados. Na hipótese de não haver no mínimo de 10 trabalhos, em qualquer das categorias, que atendam aos requisitos acima, a categoria deixa de ser avaliada, julgada e premiada pelo **30º Mídia Festival 2020**. Cabe exclusivamente aos jurados, de forma soberana e irrecorrível, determinar se um trabalho inscrito no Mídia Festival atende ou não aos critérios acima especificados.

9.7. Os Comitês de Eventos e Operacional da APP Campinas farão uma primeira avaliação de todo o material recebido ao longo do período de inscrição a fim de confirmar se todos os requisitos deste Regulamento foram atendidos. Esse trabalho será realizado na sede da APP Campinas. Nessa etapa, além da avaliação de conformidade aqui referida, serão destacadas as observações eventualmente contidas nas fichas de inscrição relativamente à utilização de banco de imagens e vídeos, fotos e outras informações e/ou detalhes necessários.

## **ARTIGO 10 - PREMIAÇÃO**

10.1. Os três melhores trabalhos de cada uma das categorias serão conhecidos e premiados no evento de premiação que se realizará no dia **26 de novembro de 2020**.

10.2. O short-list (relação com o nome das agências responsáveis pelos três melhores trabalhos inscritos em cada uma das categorias) será divulgado pela APP Campinas na semana do evento.

## **ARTIGO 11 - DEVERES DOS INSCRITOS**

11.1. Ao se inscrever para participar do **30º Mídia Festival 2020**, o interessado compromete-se em:

- a) Aceitar todos os termos e condições deste regulamento
- b) Aceitar a decisão dos jurados
- c) Responsabilizar-se pela veracidade de todas as informações contidas na ficha de inscrição submetida à APP Campinas;
- d) Conceder à APP Campinas licença para divulgação de todo o material/informação encaminhada no ato de sua inscrição, sempre ligados ao nome da APP Campinas e no intuito de promover o Mídia Festival e a própria entidade.

## **ARTIGO 12 – DA COMISSÃO ORGANIZADORA DO 30º MÍDIA FESTIVAL 2020**

12.1. Casos omissos ou que resultem em dúvidas ou controvérsias quanto ao disposto neste regulamento ou à fatos havidos ao longo da realização do 30º Mídia Festival 2020 serão necessariamente encaminhados para a Comissão Organizadora, formada pelos Diretores da APP Campinas, a quem caberá decidir, de forma definitiva e irrecorrível, sobre todas as questões que lhe forem submetidas.

12.2. A Comissão Organizadora do Mídia Festival é composta pelo Presidente e Vice-Presidentes da APP Campinas e, também, por mais dois profissionais indicados pelo Presidente.

## **ARTIGO 13 – DISPOSIÇÕES FINAIS**

13.1. Não serão aceitas peças que não estejam em perfeitas condições técnicas e dentro das normas exigidas.

13.2. As peças classificadas no short-list serão automaticamente incorporadas ao acervo do evento **30º Mídia Festival 2020**. A agência concorda que, se sua peça for classificada no short-list, 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.

13.3. Ao inscrever-se para participar do Mídia Festival, a agência declara-se ciente e de acordo com todo o conteúdo deste Regulamento.

**APP - Campinas**

Av. João Erbolato, 364 - CEP 13070-070 – Jardim Chapadão – Campinas - Fone/Fax: 19- 3255.1081  
[www.appcampinas.com.br](http://www.appcampinas.com.br)