

**TRANSFORMERS**

**TRANSFORMERS**

TRANSFORMERS

.....

XXIII Festival

CCP 2021

VIII Semana Criativa  
de Lisboa

**TRANSFORMERS**

© Clube  
Criativos  
Portugal

# *XXIII FESTIVAL CCP 2021*

## *TRANSFORMERS*

O Festival de Criatividade do CCP é reconhecido como o mais abrangente e prestigiado evento do setor.

O Clube é uma organização sem fins lucrativos e promove a excelência criativa da comunicação comercial nacional nas categorias de Publicidade, Design, Digital e Social, Experiências de Marca, Meios, Craft e Integração & Inovação.

# *PRÉMIOS ADCE*

O CCP é membro do Art Directors Club of Europe, garantindo assim a todos os trabalhos premiados no Festival a possibilidade de concorrer aos ADC\*E Awards [www.adceurope.org](http://www.adceurope.org).

Os trabalhos premiados com Ouro ficam isentos de inscrição, enquanto que os trabalhos premiados com Prata e Bronze podem participar mediante o pagamento de uma inscrição com desconto.

Cabe aos premiados a realização das suas inscrições e o envio do material.

Esta é uma oportunidade para os projetos nacionais serem avaliados por um Júri Internacional.

# *DATAS IMPORTANTES 2021*

**INSCRIÇÕES COM DESCONTO EARLY BIRD -10%**  
22 ABRIL A 30 JUNHO

**INSCRIÇÕES PREÇO TABELA**  
1 JULHO — 06 SETEMBRO

**ENTREGA DE PEÇAS FÍSICAS**  
ATÉ 6 SETEMBRO

**VOTAÇÃO JÚRI ONLINE**  
8 SETEMBRO A 15 SETEMBRO

**FECHO SHORTLIST PELOS PRESIDENTES**  
16 A 18 SETEMBRO

**VOTAÇÕES PRESENCIAIS**  
21, 22 E 23 SETEMBRO  
**FECHO SHORTLIST E PRÉMIOS**

**GALA REVELAÇÃO DE PRÉMIOS**  
2 OUTUBRO

nota: as datas do concurso são finais e a plataforma fecha nas datas anunciadas.

# ÍNDICE

CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO	<b>07</b>
JÚRI DO XXIII FESTIVAL CCP	<b>11</b>
PROCESSO DE VOTAÇÃO	<b>13</b>
PRÉMIOS	<b>16</b>
PROCESSO DE INSCRIÇÃO	<b>22</b>
CATEGORIAS FESTIVAL CCP	<b>26</b>
REGRAS DE INSCRIÇÃO	<b>41</b>

# *CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO*

1. ABRANGÊNCIA
2. NATUREZA COMERCIAL
3. VEICULAÇÃO
4. VERDADE, PROPRIEDADE E AUTORIZAÇÃO
5. INSCRIÇÕES E IMPEDIMENTOS NA VOTAÇÃO  
PARA ATRIBUIÇÃO DE GRANDE PRÊMIO

## 1. ABRANGÊNCIA

---

O Festival é aberto a todos os envolvidos nos processos de comunicação comercial em Portugal: agências de comunicação, profissionais de comunicação independentes, agências de meios, produtoras, marcas comerciais, incluindo agências e departamentos de comunicação in-house e marcas sem fins lucrativos.

Não podem concorrer empresas não registadas em Portugal. As agências in-house devem inscrever os seus trabalhos com um número distinto do número de contribuinte da entidade anunciante.

## 2. NATUREZA COMERCIAL

---

Todo o material inscrito deve resultar de uma normal relação contratual e/ou comercial entre uma entidade anunciante e agências de comunicação, profissionais de comunicação independentes, agências de meios, produtoras e agências/departamentos de comunicação in-house, exceto no caso de campanhas pro bono/causas sociais ou de autopromoção.

### **Os trabalhos para causas sociais e autopromoção têm regras específicas:**

- São avaliados e premiados, mas não contam para a pontuação do Grande Prémio;
- Devem apenas ser inscritos nas categorias adequadas sob pena de desclassificação.

### **Dentro da categoria Causas Sociais, consideramos que:**

- Um trabalho de Causa Social/Pro bono define-se como um projeto voluntário por iniciativa de agência ou anunciante realizado como projeto cujos fins não sejam lucrativos. Devem ser apenas inscritos trabalhos realizados para organizações sem fins lucrativos ou ONG's.
- Todos os trabalhos inscritos em Causas Sociais não podem ser inscritos noutras categorias. Caso a organização e o Júri determinem que um trabalho inscrito seja do âmbito de uma Causa Social, têm o direito de transferir o trabalho para esta categoria, dando o conhecimento e solicitando a autorização da entidade que realizou a inscrição.

Nota: os trabalhos que defendem uma causa que sejam assinados por uma marca comercial não podem ser inscritos nesta categoria, mas sim nas categorias comerciais correspondentes

### **Dentro da categoria Autopromoção, consideramos que:**

- Uma campanha de Autopromoção é qualquer iniciativa inscrita e realizada com o objetivo de promover a própria empresa de comunicação que a inscreve, e na qual o nome da empresa apareça como protagonista. Poderá ser uma peça única ou uma campanha com mais de 2 declinações.



### 3. VEICULAÇÃO

---

O material inscrito deve ter sido veiculado entre 15 de Abril de 2020 e 6 de setembro de 2021 e não deve ter sido inscrito em edições anteriores do Festival.

Pode ter sido veiculado com data anterior desde que nunca tenha sido inscrito em edições anteriores do Festival, tendo em conta um prazo anterior máximo de 1 ano. ( 15 de abril de 2019).

### 4. VERDADE, PROPRIEDADE E AUTORIZAÇÃO

---

A organização ou o júri podem solicitar o comprovativo da veiculação das peças, emitido pelo meio ou anunciante.

A organização e o júri reservam o direito de sugerir a transição dos trabalhos para outra categoria, dando conhecimento e solicitando a autorização da entidade concorrente. Após o início do processo de votação, as peças não podem ser retiradas do festival e as inscrições não podem ser canceladas.

O material e a documentação apresentados são de propriedade do Festival.

Os participantes autorizam a exibição pública ou privada das peças apresentadas, bem como a edição, compilação e venda como parte do conteúdo do Festival.

**Nenhum trabalho pode ser inscrito sem a prévia autorização do anunciante ou proprietário dos direitos da peça, cabendo ao CCP o direito de, em qualquer momento, solicitar essa autorização.**

Para proteger a integridade do júri, as apresentações dos trabalhos enviados não podem exibir logótipo, nome da agência ou profissionais envolvidos. As inscrições dos trabalhos de autopromoção são obviamente uma exceção.

O não cumprimento deste regulamento determina a eliminação do festival e dos respetivos prémios. Os valores das inscrições não são reembolsáveis.

### 5. INSCRIÇÕES E IMPEDIMENTOS EM VOTAÇÃO PARA ATRIBUIÇÃO DE GRANDE PRÉMIO

---

As inscrições são feitas por entidades ou trabalhadores independentes e não por grupos de empresas, nacionais ou internacionais, que englobem clientes ou direções criativas e comerciais.

O pagamento das inscrições de diferentes entidades pode ser feito pela mesma empresa, mas a inscrição é feita em nome da entidade que criou a peça inscrita. Esta regra serve para respeitar a verdade criativa no processo de atribuição de um grande prémio global ou por categoria a uma agência.

## 6. TRABALHOS COLABORATIVOS

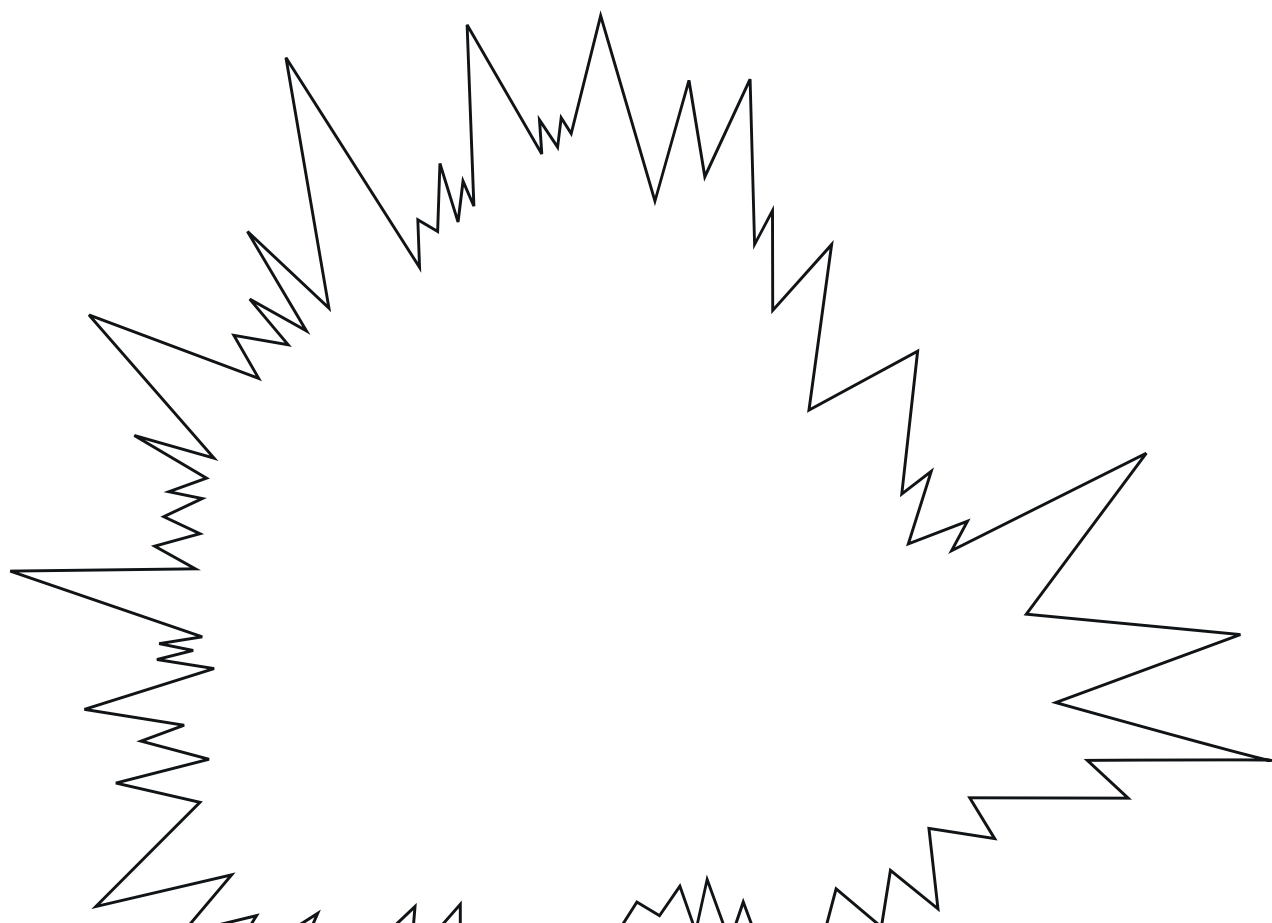
---

A partir deste ano, é possível inscrever trabalhos feitos em colaboração entre duas ou mais empresas e escolher como querem repartir os pontos entre as empresas, caso o trabalho seja premiado.

Na ficha de inscrição, devem indicar se os pontos obtidos com esse trabalho deverão ser divididos pelas várias empresas ou se deverão reverter para apenas uma delas e qual.

Esta indicação deverá ser registada na plataforma, na área de registo/perfil inscrição.

A inscrição de trabalhos colaborativos terá um registo diferente, com login e password distintos daqueles que serão criados para a empresa inscrever os trabalhos que fez em nome individual.



*JÚRI DC XXIII FESTIVAL CCP*

## 1. GRUPOS DE JÚRI

---

UM PRESIDENTE

SETE ELEMENTOS JÚRI PROFISSIONAL

UM ELEMENTO JÚRI ANUNCIANTE

Conhece o Júri no site do clube <https://www.clubecriativos.com/edicao-festival-ccp/2021/>

O júri é constituído por profissionais do setor com os seguintes critérios de exclusão:

Não ter sido jurado nos últimos 2 anos;

Não existir mais que um membro de uma agência em cada júri;

Não pode haver mais de 2 membros de cada agência em todas as categorias;

Devem estar representadas pelo menos:

- 3 agências premiadas no ano anterior e 3 agências não premiadas;
- Ponderação da Classificação do Ranking CCP Agências 2020;
- Ponderação da Classificação do Ranking CCP Criativos 2020;
- Preferência para a existência de um jovem criativo em cada júri;
- Cada júri tem 1 Presidente, 7 elementos profissionais e 1 cliente.

### JÚRI DO FESTIVAL CCP

1. PUBLICIDADE

2. DESIGN

3. DIGITAL E SOCIAL

4. EXPERIÊNCIAS DE MARCA

5. CRAFT

6. MEIOS

7. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO [nesta categoria, a avaliação é feita pelos Presidentes de Júri]

8. JÚRI ESPECIAL JORNALISTAS [Grupo de jornalistas convidados elege o Grande Prémio dos Jornalistas]

# *PROCESSO DE VOTAÇÃO*

O Júri é soberano nas suas decisões, cabendo ao Presidente do Júri estabelecer os critérios de avaliação e votar apenas em caso de empate.

A organização não interfere de forma alguma nos trabalhos do júri a não ser para esclarecer aspetos respeitantes ao Regulamento e nenhum membro da Direção do CCP pode fazer parte do júri.

Todas as votações são analisadas pela empresa de auditores BDO.

## **1º FASE \_ VOTAÇÃO ONLINE**

---

Esta votação é online e individual, feita por cada membro do júri. Dela, resulta uma Shortlist provisória, que é depois fechada pelo presidente de júri e reavaliada presencialmente, na segunda fase de votação

Os presidentes de júri de cada categoria aprovam as votações dos seus grupos e acompanham o grupo durante a votação, esclarecendo as dúvidas.

Os presidentes só votam nos trabalhos da Categoria Integração e Inovação.

## **2º FASE \_ VOTAÇÃO PRESENCIAL**

---

O Presidente de cada categoria dá a conhecer ao seu grupo de júri quais os trabalhos mais votados e que chegaram a shortlist.

Nesta altura, o júri e o presidente podem colocar em discussão trabalhos que não tenham sido considerados.

Na primeira fase da reunião presencial, o Júri pode anular até um máximo de 3 trabalhos que estejam em shortlist ou adicionar até um máximo de 10 trabalhos que não passaram à shortlist na primeira fase de votação individual.

A inclusão ou exclusão de trabalhos na shortlist é feita através da votação de braço no ar.

Depois de votada e aprovada, a shortlist é assinada pelo presidente e já não poderá ser alterada.

Todos os trabalhos da shortlist são revistos presencialmente pelo grupo, um a um, para que o júri em conjunto vote e decida os prémios a atribuir.

O Júri inicia o processo de votação de braço no ar para Bronze, Prata e Ouro. Deve ser respeitada a regra de atribuição máxima de 1 ouro, 2 pratas e 3 bronzes por cada subcategoria.

Não é obrigatória a premiação de todas as subcategorias, nem há um número mínimo de prémios a atribuir.

Apenas o presidente de júri tem autorização para registar as premiações na plataforma de votação.

Recomendamos a utilização de 2 dias completos para a 2ª fase de votação presencial, ou presencial / online caso não seja possível a reunião física do grupo. Neste caso, a organização organiza salas zoom e tem o apoio de um assistente por sala.

### **3ª FASE – VOTAÇÃO GRANDES PRÉMIOS**

---

Esta votação é feita online por cada elemento de Júri e todos os Presidente de Júri.

Os Ouros de Causas Sociais de todas as categorias são votados de 1 a 5, sendo o trabalho mais votado eleito Grande Prémio para o Bem 2021.

Os Ouros de todas as categorias são votados de 1 a 5, com exclusão dos ouros de Causas Sociais e Autopromoção, sendo o trabalho mais votado eleito Grande Prémio 2021.

### **VOTAÇÃO GRANDE PRÉMIO JORNALISTAS**

---

Esta votação é feita online a partir de todos os ouros de todas as categorias, com votação de 1 a 5 pontos.

### **OBSERVAÇÕES**

Os trabalhos inscritos que não estiverem pagos à data do processo de votação são anulados e não entram a concurso.

Nenhuma inscrição adicional pode ser realizada durante o processo de votação, sob qualquer pretexto.

Em nenhum ponto da votação um membro do júri pode votar nas peças produzidas pela sua própria agência, por si próprio noutra agência, ou em peças onde tenha trabalhado direta ou indiretamente. No ato de votação é solicitado que os elementos envolvidos no trabalho em avaliação saíam da sala.

Não são obrigados a sair de sala e podem votar trabalhos de outras empresas do mesmo grupo.

Esta regra é também válida para clientes presentes no júri, caso a votação seja sobre trabalhos da marca que representam.

A organização do Concurso poderá adaptar as votações presenciais para votações online, caso não seja possível a sua realização presencial.

# *PRÉMIOS*

1. PRÉMIOS / PONTUAÇÃO
2. GRANDE PRÉMIO CCP
3. GRANDE PRÉMIO PARA O BEM
4. GRANDE PRÉMIO DOS JORNALISTAS
5. MELHOR AGÊNCIA E ANUNCIANTE DO ANO
6. MELHOR PRODUTORA DE SOM E IMAGEM DO ANO
7. MELHORES POR CATEGORIA
8. RANKINGS ANUAIS CCP



## 1. PRÉMIOS

---

Os prêmios a atribuir são Grande Prêmio, Ouro, Prata, Bronze e Shortlist, podendo o júri não atribuir qualquer troféu se considerar que as peças inscritas não cumprem os padrões de avaliação.

Para cada subcategoria, é atribuído apenas um máximo de: 1 Ouro, 2 Pratas e 3 Bronzes, podendo ser atribuído a vários trabalhos a distinção de Shortlist. Os prêmios de Agência do Ano Global, Agência do Ano por Categoria e Anunciante do Ano por Categoria, Produtora de Imagem e Produtora de Som, são atribuídos aos participantes que obtenham a maior classificação segundo a tabela de pontuação.

### TABELA DE PONTUAÇÃO

**Grande Prêmio** [31 PONTOS]

**Ouro** [15 PONTOS]

**Prata** [7 PONTOS]

**Bronze** [3 PONTOS]

**Shortlist** [1 PONTO]

São considerados, no máximo, 10 pontos por Agência.

### NOTAS SOBRE PONTUAÇÃO

- Os pontos obtidos com trabalhos de Autopromoção e de Causas Sociais não são contabilizados para a eleição de Anunciante do Ano e de Agência do Ano Global/Categoria. Entende-se por autopromoção todos os trabalhos realizados para a própria empresa ou para empresas do mesmo grupo empresarial, inscritos em qualquer categoria.
- O prêmio de Produtora de Som do Ano e Produtora de Imagem do Ano só pode ser atribuído a empresas dessa atividade. Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou outra empresa de outra atividade, é eleita a empresa de som e de imagem com maior pontuação.
- O Grande Prêmio para o Bem é votado por todos os júris a partir dos trabalhos premiados com Ouro nas categorias de Causas Sociais.
- O Grande Prêmio dos Jornalistas é um prêmio especial atribuído por um júri de jornalistas, e não é contabilizado para a eleição de Anunciante do Ano e de Agência do Ano Global/ Categoria.
- As Produtoras não pontuam as Agências e vice versa.
- Na categoria de Meios, nos trabalhos onde existam meios pagos, as agências deverão sempre indicar o nome da agência de meios envolvida na veiculação do trabalho.

## **2. GRANDE PRÉMIO CCP**

---

O Grande Prémio é eleito entre todos os trabalhos premiados com Ouro em todas as categorias. Para esta votação, reúnem-se e votam todos os júris. O resultado desta votação só é revelado no dia da Cerimónia de entrega dos Prémios. Se um mesmo trabalho ganhar Ouro em diversas categorias, apenas um dos Ouros é candidato ao Grande Prémio [representando todos os Ouros obtidos nas diversas categorias].

A decisão da escolha do Ouro para representar o trabalho é tomada pelos presidentes do júri no ato da votação.

Esta regra serve para evitar dispersão de votos e com isso evitar que um projeto possa ser prejudicado.

As peças inscritas nas Categorias de Causas Sociais e Autopromoção não podem participar na eleição do Grande Prémio, nem pontuam para a eleição de Agência do Ano Global e por Categoria, nem para Anunciante do Ano.

## **3. GRANDE PRÉMIO PARA O BEM**

---

As peças premiadas com Ouro nas Categorias de Causas Sociais são elegíveis para o Grande Prémio para o Bem, um prémio especial que distingue o melhor contributo da indústria portuguesa da comunicação em prol do bem público, social, ambiental ou humanitário e com impacto relevante na sociedade. Este grande prémio não pontua para a eleição da Agência Global do Ano, por Categoria, ou para o Anunciante do Ano.

## **4. GRANDE PRÉMIO DOS JORNALISTAS**

---

O Grande Prémio é eleito de entre todos os trabalhos premiados com Ouro em todas as categorias, inclusive Causas Sociais. Este grande prémio não pontua para a eleição da Agência Global do Ano, por Categoria, ou para o Anunciante do Ano.

## **5. MELHOR AGÊNCIA E ANUNCIANTE DO ANO**

---

### **MELHOR AGÊNCIA DO ANO**

Pontuação máxima atribuída a uma agência em todas as categorias.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR ANUNCIANTE DO ANO**

Pontuação máxima atribuída a um anunciante em todas as categorias.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

## 6. MELHOR PRODUTORA DE SOM E IMAGEM DO ANO

---

### **MELHOR PRODUTORA IMAGEM**

Pontuação máxima atribuída a uma produtora de imagem na categoria de Craft.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR PRODUTORA SOM**

Pontuação máxima atribuída a uma produtora de som na categoria de Craft.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

## 7. MELHORES POR CATEGORIA

---

### **MELHOR AGÊNCIA PUBLICIDADE**

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Publicidade.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR ANUNCIANTE PUBLICIDADE**

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Publicidade.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR AGÊNCIA / ATELIER DESIGN**

Pontuação máxima atribuída a uma agência/atelier na categoria Design.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR ANUNCIANTE DESIGN**

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Design.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR AGÊNCIA DIGITAL E SOCIAL**

**Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Digital e Social.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.**

### **MELHOR ANUNCIANTE DIGITAL E SOCIAL**

**Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Digital e Social.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.**

### **MELHOR AGÊNCIA EXPERIÊNCIAS DE MARCA**

**Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Experiências de Marca.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.**

### **MELHOR ANUNCIANTE EXPERIÊNCIAS DE MARCA**

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Experiências de Marca.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR AGÊNCIA DE MEIOS**

Pontuação máxima atribuída a uma agência de Meios.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR ANUNCIANTE DE MEIOS**

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Meios.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR AGÊNCIA INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO**

Pontuação máxima atribuída a uma agência na categoria Integração e Inovação.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

### **MELHOR ANUNCIANTE INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO**

Pontuação máxima atribuída a um anunciante na categoria Integração e Inovação.  
Não inclui Causas Sociais ou Autopromoção.

## **8. RANKINGS ANUAIS CCP**

---

É de grande importância preencher todos os campos com os responsáveis das várias áreas que executaram os trabalhos que inscrevem, uma vez que é a partir destes campos que será extraído o Ranking da Criatividade CCP 2021.

Caso o trabalho tenha dois ou mais autores com a mesma função nos créditos, a pontuação será dividida entre eles.

Os pontos conquistados por cada trabalho são divididos por todos os profissionais que tenham realizado uma mesma tarefa. Por exemplo: um projeto que ganha ouro e tem 2 designers nos créditos, os 15 pontos do ouro valem 7,5 pontos para cada designer.

#### **Campos a preencher pelas Agências/ Profissionais:**

Diretor Criativo  
Diretor Criativo Executivo  
Diretor Arte  
Designer  
Ilustrador  
Redator  
Programador  
Motion Designer  
UX Designer  
UI Designer  
Estratega

Diretor de Estratégia  
Diretor Contas  
Executivo Contas  
Arte Finalista  
Produtor

**Campos a preencher pelas Agências de Meios:**

Diretor de Serviço a Clientes  
Diretor de Contas de Meios  
Planeador de Meios  
Planeador de Meios Digitais

**Campos a preencher pelas Produtoras:**

Diretor de fotografia  
Realizador  
Sound Designer  
Compositor  
Fotógrafo  
Editor  
Produtor Executivo  
Direção de Arte Cinematográfica

**Mecânica da pontuação**

**OURO** - 15 PONTOS

**PRATA** - 7 PONTOS

**BRONZE** - 3 PONTOS

**SHORTLIST** - 1 PONTO / para apurar os rankings, todos os pontos shortlist pontuam.

Não são contabilizados os pontos dos grandes prémios, causas sociais e autopromoção.

**NOTAS IMPORTANTES:**

Os campos dos cargos têm ser preenchidos com os nomes dos profissionais que os executaram. Não são contabilizados pontos para os profissionais envolvidos na criação do trabalho que não tenham o seu nome na ficha técnica.

Não é obrigatório o preenchimento de todos os campos.

Os cargos não podem conter nomes de empresas. Não são contabilizados pontos para profissionais a trabalhar fora de Portugal.

Na fase de apuramento dos rankings, todos os nomes que entrarem nos primeiros 20 lugares são sujeitos a uma avaliação pela direção do CCP, de forma a garantir que o seu envolvimento nos projetos premiados corresponde à disciplina onde estão a ser distinguidos.

# *PROCESSO DE INSCRIÇÃO*

## **INSCRIÇÃO ONLINE**

O processo de inscrição é composto por 3 FASES:

- A.** Inscrição Online
- B.** Pagamento
- C.** Envio de materiais físicos, sempre que sejam uma mais valia para a avaliação do trabalho

As inscrições só são consideradas completas após pagamento e envio de comprovativo de transferência para o e-mail:

[festivalccp2021@clubecriativos.com](mailto:festivalccp2021@clubecriativos.com)

As inscrições são consideradas completas após validação na plataforma online.

**Atenção:**

A entidade que inscreve, é totalmente responsável pelas suas inscrições.

A organização do concurso não se responsabiliza pelas irregularidades, faltas ou erros nas inscrições.

Recordamos que os trabalhos poderão ser desclassificados caso incluam logotipos das empresa autoras ou outras referências aos autores, excepto nos trabalhos de autopromoção.

**EM CASO DE DÚVIDAS DURANTE O PROCESSO DE INSCRIÇÃO ENVIE UM E-MAIL:**  
[festivalccp2021@clubecriativos.com](mailto:festivalccp2021@clubecriativos.com)

Apoio tel: +351 915 195 910

## A. INSCRIÇÃO ONLINE

---

Registe-se em <https://festivalccp2021.submit.to> introduzindo o nome, e-mail e dados da entidade que representa na área INSCRIÇÕES.

### IMPORTANTE

- É necessário um novo registo por cada ano de inscrição;
- Na área de inscrições encontrará o regulamento, formulários e fichas para a inscrição online;
- Depois de realizado o login, utilize os formulários de inscrição seguindo as instruções;
- A validação final das inscrições só é efetuada após o encerramento da inscrição na plataforma.
- A responsabilidade de inscrição e da verificação dos trabalhos na plataforma é exclusivamente da entidade que se inscreve.

## VALOR DAS INSCRIÇÕES E PAGAMENTO

---

### VALOR DAS INSCRIÇÕES

#### **EARLY BIRD [19 abril a 30 junho 2021]**

Peças Individuais: 162€

Categoria Campanha: 450€

Integração e Inovação: 585€

#### **[1 Julho a 6 Setembro 2021]**

Peças Individuais: 180€

Categoria Campanha: 500€

Integração e Inovação: 650€

## DESCONTOS

---

1. QUANTIDADE
2. SÓCIOS CCP
3. INDIE



## 1. DESCONTO QUANTIDADE

Todas as entidades que inscrevam mais de 50 peças têm um desconto de 5% sobre o valor total das inscrições.

## 2. DESCONTO SÓCIO CCP

Todas as entidades sócias do CCP têm um desconto de 5% sobre o valor total das inscrições. Este desconto pode ser cumulativo com o desconto por quantidade.

Todas as entidades INDIE sócias do CCP têm um desconto de 2,5% sobre o valor total das inscrições. Este desconto pode ser cumulativo com o desconto por quantidade.

## 3. DESCONTO INDIE

Todas as inscrições realizadas por profissionais independentes ou microempresas [até 5 colaboradores] têm um desconto de 50% sobre o valor total das inscrições. Para obter este desconto deve enviar um mail para [festivalccp2021@clubecriativos.com](mailto:festivalccp2021@clubecriativos.com) o comprovativo de segurança social com o número de trabalhadores inscritos, até um prazo máximo de 2 dias após a inscrição.

No caso de ser sócio indie, aos 50% de desconto é adicionado o desconto de 2,5%.

## FORMAS DE PAGAMENTO

### Transferência bancária:

CLUBE CRIATIVOS PORTUGAL

### Millennium BCP

IBAN PT50. 0033.0000.45206701106.05

**MBWAY 916446919**

Envie o comprovativo de transferência para:  
[festivalccp2021@clubecriativos.com](mailto:festivalccp2021@clubecriativos.com)

# *CATEGORIAS FESTIVAL CCP*

1. PUBLICIDADE
2. DESIGN
3. DIGITAL E SOCIAL
4. EXPERIÊNCIAS DE MARCA
5. CRAFT
6. MEIOS
7. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO

## 1. PUBLICIDADE

---

- 1.A FILME
- 1.B RÁDIO
- 1.C IMPRENSA
- 1.D OUTDOOR
- 1.E DIREÇÃO ARTE
- 1.F ILUSTRAÇÃO
- 1.G COPY
- 1.H CAUSA SOCIAL
- 1.I AUTOPROMOÇÃO

### 1.A FILME

---

Destinado a filmes publicitários de Televisão, Cinema, Internet, Social Media, Mobile, etc.

- 1.A.1 Filme até 30”
- 1.A.2 Filme com mais de 30”
- 1.A.3 Campanha Filme [filmes com 3 ou mais execuções]
- 1.A.4 Filme Conteúdo de Marca [séries, documentários, web séries, conteúdos mobile em vídeo produzidos para uma marca]

### 1.B RÁDIO

---

Destinado a formatos áudio em rádio, incluindo plataformas digitais.

- 1.B.1 Spot de Rádio
- 1.B.2 Campanha de Rádio [3 ou mais execuções]
- 1.B.3 Conteúdo de marca áudio [live copys ou outros formatos]

### 1.C IMPRENSA

---

- 1.C.1 Anúncio de Imprensa
- 1.C.2 Campanha de Imprensa [3 ou mais execuções]
- 1.C.3 Conteúdo de marca em imprensa

### 1.D OUTDOOR

---

- 1.D.1 Outdoor [4x3, 8x3, mupi e outros formatos tradicionais]
- 1.D.2 Mupi /Poster [poster ou mupi com formatos alternativos a 4x3, 8x3]
- 1.D.3 Campanha Outdoor / Mupi ou Poster [3 ou mais execuções]

- 1.D.4 Outdoor Digital** [outdoors que incluem tecnologia digital, integrados ou não com outras plataformas.
- 1.D.5 Instalação Outdoor** [Peças de publicidade imersiva, incluindo quiosques, mobiliário urbano, experiências ao vivo, pop-ups e outros ambientes públicos construídos para o efeito.]

## **1.E DIREÇÃO DE ARTE**

---

### **1.E.1 Direção de arte**

## **1.F ILUSTRAÇÃO**

---

### **1.F.1 Ilustração em Imprensa ou Outdoor**

### **1.F.2 Ilustração Filme**

## **1.G COPY**

---

### **1.G.1 Imprensa ou Outdoor**

### **1.G.2 Rádio ou Filme**

## **1.H CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

---

Trabalhos realizados para Organizações sem fins lucrativos

### **1.H.1 Filme de Causas sociais e Serviço público**

### **1.H.2 Rádio de Causas sociais e Serviço público**

### **1.H.3 Imprensa de Causas sociais e Serviço público**

### **1.H.4 Outdoor de Causas sociais e Serviço público**

Nota:

Produtoras de som e imagem podem inscrever os seus trabalhos em Causas Sociais e Bem Público na categoria Publicidade, caso sejam as autoras da criatividade do projeto.

## **1.I AUTOPROMOÇÃO**

---

Entende-se por autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência /Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, com o objetivo de se autopromoverem. Nesta categoria, incluem-se campanhas de filme, rádio, imprensa e outdoor.

### **1.I.1 Autopromoção**

## 2. DESIGN

---

- 2.A BRANDING
- 2.B DESIGN GRÁFICO
- 2.C DESIGN EDITORIAL
- 2.D PACKAGING
- 2.E ILUSTRAÇÃO
- 2.F TIPOGRAFIA
- 2.G DESIGN DE AMBIENTES
- 2.H FOTOGRAFIA
- 2.I CRAFT
- 2.J COPY
- 2.K CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO
- 2.L AUTOPROMOÇÃO

### 2.A BRANDING

---

- 2.A.1 Naming
- 2.A.2 Logótipo
- 2.A.3 Imagem corporativa para pequenas empresas [- de 25 empregados]
- 2.A.4 Imagem corporativa para grandes empresas [+ de 25 empregados]
- 2.A.5 Rebranding

### 2.B DESIGN GRÁFICO

---

- 2.B.1 Poster
- 2.B.2 Peça Pontual
- 2.B.3 Campanha Poster [mais de 3 execuções]

### 2.C DESIGN EDITORIAL

---

- 2.C.1 **Publicação Corporativa** [Engloba Brochuras, Catálogos e Relatórios & Contas]
- 2.C.2 **Publicação Periódica** [Revistas]
- 2.C.3 **Livro** [Engloba capa, paginação e design]
- 2.C.4 **Capa de Livro ou Revista** [Capa]
- 2.C.5 **Publicação digital** [edição digital]

## 2.D PACKAGING

---

2.D.1 **Rótulo** [Rótulo ou grupo de Rótulos]

2.D.2 **Embalagem** [Embalagem ou grupo de Embalagens]

## 2.E ILUSTRAÇÃO

---

2.E.1 **Ilustração Editorial** [Revistas e livros]

2.E.2 **Ilustração de Comunicação** [Branding e/ou Campanhas de Marca]

2.E.3 **Infografia** [Ilustração de informação]

## 2.F TIPOGRAFIA

---

2.F.1 **Tipografia Completa**

2.F.2 **Tipografia Experimental** [Utilizada para logos, headlines ou outros, sem pretensão de ser uma tipografia completa, feita de raiz ou adaptando tipografias existentes]

## 2.G DESIGN DE AMBIENTES

---

2.G.1 **Espaço Corporativo para uma marca** [Stands, pop-ups, Pontos de venda e Espaços comerciais temporários ou definitivos]

2.G.2 **Instalações de marca** [Um objeto, um troféu, uma instalação, ou um elemento da marca num espaço]

2.G.3 **Sinalética** [projetos de sinalética]

2.G.4 **Exposição** [design de exposições]

## 2.H FOTOGRAFIA

---

2.H.1 **Fotografia** [Melhor fotografia no contexto design. Editorial, packaging ou marca]

## 2.I CRAFT

---

2.I.1 **Acabamento e impressão** [Melhor acabamento em design]

## **2.J COPY**

---

### **2.J.1 Copy** [Melhor copy em design]

## **2.K CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

---

Trabalhos realizados para Organizações sem fins lucrativos.

### **2.K.1 Causas sociais e serviço público**

## **2.L AUTOPROMOÇÃO**

---

Entende-se por autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência / Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, com o objetivo de se autopromover.

### **2.L.1 Autopromoção**

### 3. DIGITAL E SOCIAL

---

- A. DESIGN DIGITAL
- B. EXPERIÊNCIA DIGITAL
- C. EXPERIÊNCIA MOBILE
- D. CRAFT
- E. SOCIAL AND CONTENT
- F. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO
- G. AUTOPROMOÇÃO

#### 3.A DESIGN DIGITAL

---

- 3.A.1 User interface
- 3.A.2 Direção de Arte
- 3.A.3 Storytelling
- 3.A.4 **Rich Media** [Melhor utilização de publicidade digital com recursos avançados como vídeo, áudio ou outros elementos que incentivam a interagir e se envolver com o conteúdo]

#### 3.B EXPERIÊNCIA DIGITAL

---

- 3.B.1 Experiência Digital Corporativa
- 3.B.2 Experiência Digital em Campanha
- 3.B.3 Experiência Editorial
- 3.B.4 Comércio Eletrônico & Serviços
- 3.B.5 **Integração de instalações Online e Offline** [Instalações ou equipamentos no mundo físico que conectam com o mundo digital, ex: outdoors interativos]
- 3.B.6 **Transmedia** [Melhor utilização de diferentes plataformas digitais para contar uma ideia. 3 ou mais execuções]
- 3.B.7 **Conteúdo de Marca** [Conteúdo de entretenimento criado por uma marca.]

#### 3.C EXPERIÊNCIA MOBILE

---

- 3.C.1 Mobile App de Serviços & Utilitária
- 3.C.2 Mobile App Corporativa & Conteúdos
- 3.C.3 Site Mobile
- 3.C.4 Wearables & Connected Devices



### **3.D CRAFT**

---

- 3.D.1 Motion graphics**
- 3.D.2 Data visualisation**
- 3.D.3 Copy [Melhor Copy Digital]**
- 3.D.4 Integração tecnológica**
- 3.D.5 Melhor utilização tecnologia social**
- 3.D.6 Melhor utilização tecnologia mobile**

### **3.E SOCIAL AND CONTENT**

---

- 3.E.1 Criação de Conteúdo [Melhor Conteúdo nativo Digital]**
- 3.E.2 Ação Digital em Tempo Real**
- 3.E.3 Ativação Stunt Social Media**
- 3.E.4 Melhor Post Isolado**

### **3.F CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

---

Trabalhos realizados para Organizações sem fins lucrativos

- 3.F.1 Causas sociais e serviço Público**

### **3.G AUTOPROMOÇÃO**

---

Entende-se por autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência / Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, com o objetivo de se autopromover.

- 3.G.1 Autopromoção**

## 4. EXPERIÊNCIAS DE MARCA

---

- A. **MARKETING DIRETO**
- B. **RELAÇÕES PÚBLICAS**
- C. **EVENTOS E ATIVAÇÃO**
- D. **CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

### 4.A **MARKETING DIRETO**

---

Ações de comunicação que geram uma resposta mensurável e demonstrável, em meios digitais ou offline. No entanto, mantêm-se também nesta categoria o primado da valorização da ideia.

#### 4.A.1 **B2C**

#### 4.A.2 **B2B**

### 4.B **RELAÇÕES PÚBLICAS**

---

Aqui podem concorrer ações claramente lideradas por uma ideia de RP que recorrem a vários meios e/ou disciplinas.

#### 4.B.1 **Ação B2B**

#### 4.B.2 **Campanha B2B** [3 ou mais execuções.]

#### 4.B.3 **Ação B2C**

#### 4.B.4 **Campanha B2C** [3 ou mais execuções.]

#### 4.B.5 **Ação de Comunicação Interna**

#### 4.B.6 **Campanha de Comunicação Interna** [3 ou mais execuções.]

#### 4.B.7 **Gestão de Reputação e de Crise**

#### 4.B.8 **Ação pontual de RP** [Press-kit, ação ao vivo como stunts em meios digitais ou em mass media]

#### 4.B.9 **Ação de Patrocínio**

### 4.C **EVENTOS E ATIVAÇÃO**

---

Entende-se por ativação o projeto que tem como objetivo criar ativação imediata e/ou oferta para a venda ou promoção de um produto ou serviço. São ainda avaliados eventos dirigidos a outros grupos específicos, tais como o Público interno e eventos Business to Business, querendo premiar tanto as ideias mais criativas para envolver esses públicos, como a qualidade da sua implementação.

#### 4.C.1 **Evento para o consumidor** [Inclui os eventos e experiências de marca, ativações, roadshows, demonstrações e promoções de produto]

#### 4.C.2 **Evento Corporativo** [Eventos de índole corporativa para públicos internos, agentes ou parceiros da empresa ou de índole institucional]

- 4.C.3 Ação de Guerrilha** [Ações de marketing de guerrilha que usem meios não convencionais para promover a marca ou produto, inclui ações de Stunt Marketing]
- 4.C.4 Ação de Sampling** [Ações de marca que envolvem a experimentação de produto, no ponto de venda ou fora dele]
- 4.C.5 Ponto de Venda** [Ações de marca no ponto de venda]

#### **4.D CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

---

Procura-se aqui a melhor utilização das disciplinas de marketing direto, relações públicas, eventos e ativação com o objetivo de promover uma causa no sentido de contribuir para um mundo melhor.

- 4.D.1 Causa social e serviço público** [Trabalhos realizados para Organizações sem fins lucrativos]

#### **4.E AUTOPROMOÇÃO**

---

Entende-se por autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência / Profissional Independente ou para Agências do mesmo grupo empresarial, com o objetivo de se autopromover.

##### **4.E.1 AUTOPROMOÇÃO**

## 5. CRAFT

---

Um trabalho de craft pode ser inscrito na categoria de Craft por uma agência criativa, mas a produtora tem prioridade em inscrever esse mesmo trabalho nesta categoria.

Uma ideia criativa pode ser inscrita por uma produtora nas categorias de publicidade, experiências de marca, design ou digital, mas a agência criativa tem prioridade em inscrever esse trabalho nestas categorias.

- A. FILME
- B. RÁDIO
- C. IMPRENSA E OUTDOOR
- D. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO
- E. AUTOPROMOÇÃO

### 5.A FILME

---

- 5.A.1 Realização
- 5.A.2 Direção de Fotografia
- 5.A.3 Edição
- 5.A.4 Pós-Produção e Efeitos Especiais
- 5.A.5 **Banda Sonora Original** [Música composta para sonorizar projeto. A composição musical deve identificar os nomes dos autores da música]
- 5.A.6 **Banda Sonora Adaptada** [Obrigatório demonstrar a banda original para reconhecimento de adaptação]
- 5.A.7 Sound Design
- 5.A.8 Animação
- 5.A.9 Motion Graphics
- 5.A.10 Direção de Arte
- 5.A.11 **Videoclip** [Vídeos musicais feitos para promover bandas que se destaquem pela realização, direção de fotografia, edição, pós-produção, sound design, animação, motion graphics ou direção de arte]

### 5B. RÁDIO

---

- 5.B.1 Sound Design

### 5.C IMPRENSA E OUTDOOR

---

- 5.C.1 Fotografia

## **5.D CAUSAS SOCIAIS**

---

Trabalhos realizados para Organizações sem fins lucrativos

### **5.D.1 Causa social e serviço público**

## **5.E AUTOPROMOÇÃO**

---

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Produtora /Profissional Independente ou para Produtoras do mesmo grupo empresarial, com o objetivo de se autopromover.

### **5.E.1 AUTOPROMOÇÃO**

## 6. MEIOS

---

Uma ideia de meios pode ser inscrita por uma agência criativa na categoria de Meios, mas a agência de meios, se existirem meios pagos, terá sempre de ser creditada.

As agências criativas podem ganhar prémios na categoria Meios, mas só uma agência de meios é elegível para ser Agência de Meios do Ano.

- A. TELEVISÃO
- B. CINEMA
- C. RÁDIO
- D. IMPRENSA
- E. OUTDOOR
- F. MEIOS DIGITAIS
- G. INOVAÇÃO
- H. CAMPANHA INTEGRADA MULTIMEIOS
- I. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO
- J. AUTOPROMOÇÃO

### 6.A TELEVISÃO

---

- 6.A.1 Melhor utilização de Televisão
- 6.A.2 Melhor utilização / criação conteúdos Televisão / patrocínio

### 6.B CINEMA

---

- 6.B.1 Melhor utilização / criação de espaços em Cinema

### 6.C RÁDIO

---

- 6.C.1 Melhor utilização de Rádio [Inclui plataformas digitais]
- 6.C.2 Melhor utilização / criação conteúdos Rádio [Inclui plataformas digitais]

### 6.D IMPRENSA

---

- 6.D.1 Melhor utilização de Imprensa [Formato impresso]
- 6.D.2 Melhor utilização / criação conteúdos Imprensa [Formato impresso]

## 6.E OUTDOOR

---

**6.E.1 Melhor utilização / instalação Outdoor** [Melhor utilização/Instalação Outdoor, incluindo peças de publicidade imersiva, quiosques, mobiliário urbano, experiências ao vivo, pop-ups e outros ambientes públicos construídos para o efeito.]

## 6.F MEIOS DIGITAIS

---

**6.F.1 Melhor utilização Meios Digitais** [website, microsite, motor de busca, banner, SMS, email, marketing, POS Digital]

**6.F.2 Influenciadores** [Utilização de influenciador, Blogger, Vlogger, instagramer ou youtuber para a comunicação de produtos ou serviços]

**6.F.3 Data e Performance** [Criatividade na utilização de data, na apresentação da mesma e em campanhas de performance]

**6.F.4 New media** [Criação/aproveitamento de outros meios digitais não comercializados à data]

**6.F.5 Campanha Digital Media** [Campanhas exclusivamente digitais multisuportes. Ex: Redes Sociais + email marketing + display em premium publishers + youtube. Três ou mais execuções.]

## 6.G INOVAÇÃO EM MEIOS

---

**6.G.1 Inovação em Meios**

## 6.H CAMPANHA INTEGRADA MULTIMEIOS

---

**6.H.1 Campanha Integrada Multimeios** [Campanha Multimeios. Ex: Televisão + outdoor + digital  
Três ou mais execuções]

## 6.I CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO

---

**6.I.1 Causas Sociais e Serviço Público** [Trabalhos realizados para Organizações sem fins lucrativos]

## 6.J AUTOPROMOÇÃO

---

Entende-se por Autopromoção qualquer formato de comunicação realizado para a própria Agência /Profissional Independente ou para Produtoras do mesmo grupo empresarial, com o objetivo de se autopromover.

**6.J.1 Autopromoção**

## **7. INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO**

---

Esta categoria tem como objetivo premiar a ideia

- A. PROJETO INTEGRADO**
- B. INOVAÇÃO**
- C. CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

### **7.A PROJETO INTEGRADO**

---

Projetos que se desenrolaram em mais de 3 categorias. Ex. Publicidade + Ativação de Marca + Meios

#### **7.A.1 Projeto Integrado**

### **7.B INOVAÇÃO**

---

#### **7.B.1 Uso da tecnologia**

**7.B.2 Inovação** [Conceção e aplicação de ideias de desenvolvimento de produto ou que transformam o modelo de negócio, ideias lideradas por dados e/ou tecnologia que sejam capazes de redefinir a relação entre uma marca e o consumidor]

### **7.C CAUSAS SOCIAIS E BEM PÚBLICO**

---

**7.C.1 Causas sociais e serviço público** [Trabalhos realizados para Organizações sem fins lucrativos]



# *REGRAS DE INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS*

1. REGRAS DE INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS
2. REGRAS E OBSERVAÇÕES
3. ENVIO DE MATERIAIS INSCRITOS

## 1. REGRAS DE INSCRIÇÃO E ENVIO DE MATERIAIS

---

### A. AS INSCRIÇÕES SÃO REALIZADAS ONLINE

Todos os participantes devem registar-se na plataforma do FESTIVAL 2021

<https://festivalccp2021.submit.to>

**Para todas as inscrições de trabalhos é necessário o preenchimento do formulário de inscrição online.**

**Pode ser consultado documento de apoio à inscrição.**

### B. É SÓ PREENCHER E FAZER UPLOAD

Nesta ficha devem ser preenchidos todos os campos de informação relativos à peça assim como enviados via upload ou link todos os materiais correspondentes.

### C. NÃO SÃO NECESSÁRIOS ELEMENTOS FÍSICOS OU IMAGENS EM ALTA RESOLUÇÃO

Não é necessário o envio de pranchas físicas no processo de inscrição.

Os trabalhos premiados em Shortlist são exibidos num ecrã gigante durante o Festival.

### D. MATERIAIS FÍSICOS

Devem ser enviados todos os materiais físicos que sejam relevantes e úteis para a avaliação do projeto no ato da sua inscrição.

Incluindo amostras, brochuras, folhetos, embalagens de produtos, posters, materiais de ponto de venda, etc.

#### IMPORTANTE SOBRE AS PEÇAS FÍSICAS

Estes materiais não são devolvidos à entidade que inscreve, ficando propriedade do Clube Criativos Portugal.

O Clube não se responsabiliza por qualquer furto ou estrago nas peças físicas que integram a exposição da Shortlist.

NAS CATEGORIAS DE DESIGN E EXPERIÊNCIA DE MARCAS / MARKETING DIRETO É MUITO IMPORTANTE O ENVIO IMEDIATO DE MATERIAIS FÍSICOS NO ATO DA INSCRIÇÃO, QUE PERMITAM A AVALIAÇÃO ADEQUADA DOS PROJETOS. A NÃO EXISTÊNCIA DESTES MATERIAIS PODE DESVALORIZAR O PROJETO EM AVALIAÇÃO.

**O material físico de apoio à avaliação do Júri serve para fins expositivos.**

**Deve ser enviado ou entregue em mão na sede do Clube, identificado com o respetivo número de código da inscrição [ID].**

## **E. DESCRIÇÃO RESUMIDA DO BRIEFING**

Breve texto com a descrição da ideia (e resultados obtidos), no respectivo campo do formulário online, respeitando o número de caracteres máximo. O seu não preenchimento é causa para desclassificação. O campo de resultados não é de preenchimento obrigatório, mas aconselhável.

## **F. IMAGEM IDENTIFICAÇÃO DE PROJETO/BOARD**

Faça o upload da imagem representativa de todo o projeto no campo BOARD do formulário de inscrição online.

As imagens devem ser em formato PNG ou JPEG, 72 DPI com a dimensão máxima de 3000x3000px e 10Mb.

É obrigatório o preenchimento dos elementos de identificação de projeto: Anunciante, Projeto, Categoria e os elementos de explicação do projeto - Briefing, Ideia, Resultados.

Não é obrigatória a inclusão de Board, dado que em certas categorias esse elemento não é necessário para a avaliação [rádio, imprensa]. No caso de Rádio, a imagem que identifica o projeto ou nome do projeto não deve conter identificação da entidade que inscreve.

## **G. IMAGENS DO PROJETO**

Para além da imagem Board do projeto, é possível juntar outras imagens de suporte à avaliação do Júri.

As imagens devem ser inseridas em JPEG, 72 DPI, dimensão máxima 3000x3000px, 8Mb.

Basta fazer o upload das imagens, no campo IMAGENS no formulário de inscrição online.

## **H. VIDEOCASE DO PROJETO**

Apresentação vídeo com 2 minutos no máximo, contendo filmes, imagens ou outros materiais que expliquem o projeto, acompanhado por comentário simples e claro em Português ou Inglês; recomendamos que a apresentação seja concisa e objetiva.

Todos os vídeos devem ser carregados na plataforma. O VIDEOCASE deverá conter o nome de Videocase + nome do projeto.

Sob risco de desqualificação não podem haver referências às entidades autoras nos diferentes suportes utilizados, por exemplo: nome do canal de Youtube, nome do ficheiro, descrições, assinaturas de vídeo e outros.

Atenção:

Caso usem links de URL, estes não devem conter nomes de profissionais ou agências, devem alterar para Concurso 2021, ou outro nome similar.

## **I. VÍDEOS**

---

Todos os materiais de vídeo [ex. Filmes de campanha] pertinentes para a avaliação do projeto devem ser carregados diretamente na plataforma.

## **J. MATERIAIS DE ÁUDIO**

---

Todos os materiais de suporte áudio [ex. spots de rádio] pertinentes para avaliação de projeto devem ter o seguinte formato:

MP4: Os ficheiros áudio devem ser carregados na plataforma do concurso em formato mp4 com uma imagem ou nome do projecto

## **K. MATERIAIS DIGITAIS**

---

Os materiais digitais [ex. site] pertinentes para avaliação de projeto podem estar num URL criado propositadamente para o efeito.

Este URL deve ser colocado no campo LINK PROJETO no formulário de inscrição online e deve ser fornecido sem qualquer designação da entidade que inscreve o projeto.

## **2. REGRAS E OBSERVAÇÕES**

---

**A.** No caso de uma peça ser inscrita por duas entidades diferentes, é aceite a que mais se aproxima da categoria em questão, especificamente na Categoria de Craft onde as empresas que produziram [produtoras, fotógrafos, etc.] as peças têm preferência.

**B.** Nas inscrições em Campanha, só são consideradas Campanhas a partir de 3 temas.

### **C. IMPORTANTE**

Campanhas e Execuções Individuais em Publicidade:

- As Campanhas não são separáveis.

As peças individuais podem ser agrupáveis, caso o júri entenda que deve mudar os trabalhos individuais para a subcategoria campanha.

- Nas subcategorias de Publicidade [filme, rádio, imprensa e outdoor], os participantes podem inscrever o mesmo trabalho como peça individual e campanha, mas o júri pode apenas premiar na subcategoria onde mais se destaca. Esta decisão é soberana e final.

**D.** No caso da categoria Integração e Inovação, todas as peças [filmes, cartazes e outras] são submetidas como uma única inscrição.

- E.** Os teasers de um anúncio não são considerados uma peça autónoma e não estão sujeitos a pagamento.
- F.** Escolha a categoria corretamente.  
É possível inscrever a mesma peça em mais do que uma categoria.
- G.** Cumpra todas as especificações de envio e assegure que as peças se encontram em boas condições e com identificação da Agência/Entidade/Profissional Independente que inscreve.
- H.** No caso de Peças físicas, identifique cada peça inscrita com o número de código fornecido pela plataforma online.
- I.** Canais ONLINE de youtube ou vimeo, nomes dos ficheiros e descrições não podem referir identificação da Agência/Entidade/Profissional Independente ou pessoas envolvidas no projeto, sob risco de desclassificação.
- J.** A organização do Concurso não se responsabiliza por qualquer erro que possa haver nas inscrições ou na submissão dos materiais.
- L.** Preencha corretamente a ficha técnica das peças com os nomes dos intervenientes.  
Os pontos contam para a elaboração do Ranking Nacional de Criatividade, publicado pelo CCP todos os anos.

Não são contabilizados profissionais contratados no estrangeiro.

Não são contabilizados nomes de empresas, apenas nomes dos seus profissionais.

Caso o trabalho tenha dois ou mais autores com a mesma função nos créditos, a pontuação é dividida entre eles.

Caso o trabalho tenha dois ou mais autores com a mesma função nos créditos, a pontuação será dividida entre eles.

Os pontos conquistados por cada trabalho são divididos por todos os profissionais que tenham realizado uma mesma tarefa. Por exemplo: um projeto que ganha ouro e tem 2 designers nos créditos, os 15 pontos do ouro valem 7,5 pontos para cada designer.

- M.** Os certificados Prémio/Ano são gratuitos para os sócios, e têm um custo de 50€ para não sócios.

**novidade**

**N.** São aceites inscrições de trabalhos em colaboração entre mais do que uma empresa /agência, mas os pontos a atribuir pelos prémios conquistados são divididos pelo número de agências que inscreverem em conjunto esse mesmo trabalho.

No entanto, no ato da inscrição, podem escolher qual das empresas recebe os pontos ou se eles devem ser divididos.

## **PONTUAÇÃO CAUSAS SOCIAIS E AUTO-PROMOÇÃO**

Os pontos obtidos com trabalhos de Autopromoção e de Causas Sociais e Bem Público não são contabilizados para a eleição do Anunciante do Ano e da Agência do Ano Global/Categoria.

São considerados Causas Sociais apenas os trabalhos realizados para organizações sem fins lucrativos.

## **AUTOPROMOÇÃO**

Entende-se por autopromoção todos os trabalhos realizados para a própria empresa de comunicação ou para empresas do mesmo grupo de comunicação, inscritos em qualquer categoria. Os pontos desta sub-categoria não contabilizam para os Grandes Prémios.

## **PONTUAÇÃO PRODUTORAS SOM E IMAGEM**

Os pontos de trabalho de imagem [realização, fotografia, edição, efeitos especiais, pós-produção e animação] são atribuídos às produtoras de imagem. Os pontos de trabalhos de som [banda sonora, banda sonora original, sonoplastia] são entregues às produtoras áudio. A distinção de produtora de som do ano e produtora de imagem do ano é atribuída apenas a empresas cuja atividade seja correspondente. Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou outra empresa cuja atividade não seja a de som e imagem, é eleita a empresa de som e de imagem de maior pontuação seguinte.

As inscrições de produtoras não pontuam para as agências e vice-versa.

## **PONTUAÇÃO AGÊNCIAS DE MEIOS**

A distinção de agência de Meios do ano é atribuída apenas a empresas cuja atividade seja correspondente. Caso a maior pontuação seja atribuída a uma agência ou estúdio ou outra empresa cuja atividade não seja a de meios, é eleita a empresa de meios de maior pontuação seguinte.

Podem também inscrever os seus trabalhos nas restantes categorias, desde que sejam os autores da ideia.

As Agências ou entidades que não sejam agências de meios são agora obrigadas a identificar o nome da agência de meios que participou no trabalho, desde que existam meios pagos envolvidos, e a pontuação ser-lhe-á atribuída, caso o trabalho seja pontuado

### 3. ENVIO DE MATERIAIS

---

Todas as peças físicas devem ser enviadas ou entregues em mão na sede do CCP, durante a primeira semana de Setembro, até às 18h00.

XXIII Festival CCP  
A/C Sara Silva  
Campo de Santa Clara  
Mercado de Santa Clara 1º piso 1100-472 Lisboa

**DATA DE ENTREGA DE TODAS AS PEÇAS FÍSICAS:  
PRIMEIRA SEMANA DE SETEMBRO, ATÉ ÀS 18H00.**

Para informações e apoio às inscrições envie e-mail para:  
[festivalccp2021@clubecriativos.com](mailto:festivalccp2021@clubecriativos.com)

915 195 910 [LINHA DE APOIO]

**IMPORTANTE:  
AO INSCREVER OS SEUS TRABALHOS NO XXIII/ CONCURSO CLUBE CRIATIVOS  
PORTUGAL 2021, RECONHECE E ACEITA AS REGRAS DESTE REGULAMENTO.**

[www.clubecriativos.com](http://www.clubecriativos.com)