

Regulamento da Categoria: **PROMO**

A razão do Festival

O WAVE FESTIVAL tem por objetivo oferecer aos profissionais e empresários da indústria da comunicação a oportunidade de promover seus trabalhos através da exibição de seu material mais original e criativo, em um evento com proposta única em toda a América Latina e mercado hispano-americano.

Data e Local

A data oficial do WAVE FESTIVAL IN RIO será nos dias 05 e 06 de Abril de 2017 e o mesmo será realizado no Brasil, Rio de Janeiro-RJ no Hotel Copacabana Palace:

Dias 04 e 05: Julgamento

Dias 05 e 06: Seminário

Dia 06 – Young Wave Circus

Dia 06 – Cerimônia de Premiação

Data Final das inscrições

O último dia para finalizar sua inscrição será **17 de março de 2017.**

Todos os materiais, documentação e pagamentos deverão ter sido recebidos pelos Organizadores até essa data. As inscrições não poderão ser canceladas a partir do dia 17 de março de 2017.

Julgamento

Um júri internacional especializado julgará as peças.

Fases do Julgamento

1. O shortlist é definido por categoria e nele serão classificadas as peças que, através de um sistema digital de votação e apuração, tenham sido as mais bem votadas.
2. Em uma segunda fase, em discussão aberta, os jurados apuram as peças merecedoras dos WAVE OURO, PRATA E BRONZE. Um GRAND PRIX é selecionado, também através de discussão aberta, entre as peças que mereceram Ouro.
3. Em qualquer das fases, o jurado cuja peça esteja sendo avaliada não tem permissão de voto. A decisão do Júri será sempre considerada definitiva e soberana.

Prêmios

1. Os Prêmios serão atribuídos da seguinte forma:

UM GRAND PRIX pode ser escolhido nas CATEGORIAS.

Os prêmios WAVE OURO, PRATA E BRONZE em cada categoria receberão um troféu. Cada prêmio será atribuído à empresa responsável pela inscrição da peça.

Tratamento e Publicação das Peças

1. Todo material submetido ao Festival torna-se propriedade dos Organizadores e não será devolvido.

2. Aos responsáveis por cada inscrição poderá ser solicitado envio de material adicional com vistas à exibição e divulgação de peças constantes no shortlist ou premiadas. Nenhuma peça premiada ou dados técnicos poderão ser alterados após o julgamento caso solicitada para divulgação pelo WAVE FESTIVAL.
3. Com o objetivo de promover e difundir o festival, os responsáveis por cada peça entendem que seu material passará a fazer parte do acervo permanente e histórico do WAVE FESTIVAL, autorizando assim os organizadores a utilizar esse material em apresentações públicas ou privadas, bem como utilizá-las em seu próprio material de divulgação, ou ainda em peças para comercialização.
4. Esse acervo histórico é de propriedade exclusiva dos Organizadores, não podendo, portanto, ser divulgado, duplicado ou copiado, em parte ou no seu todo, de qualquer forma ou para qualquer objetivo, sem autorização prévia da organização do evento.
5. Os Organizadores, assegurados pelos responsáveis de cada peça inscrita, entendem seus direitos para uso e comercialização das peças participantes do Festival; os responsáveis por cada peça inscrita deverão estar ao lado dos Organizadores no sentido de esclarecer e suportar qualquer demanda acerca da posterior utilização do material inscrito pela organização do Festival.
6. O ônus de toda natureza será dos responsáveis por cada peça inscrita, no caso de qualquer ação legal acerca do material submetido ao evento.
7. Os ganhadores dos Prêmios GRAND PRIX, bem como WAVE OURO, PRATA ou BRONZE em qualquer uma das categorias que compõem o WAVE FESTIVAL poderão divulgar suas conquistas para fins promocionais ou de imprensa.
8. O descumprimento de qualquer regra expressa nos regulamentos do WAVE FESTIVAL resultará na automática desqualificação da peça inscrita.
9. Para todos os fins, ao longo de todos os processos e regras relativas ao WAVE FESTIVAL, as decisões tomadas pelos Organizadores serão mandatórias, finais e definitivas, não cabendo a elas a imputação de qualquer tipo de recurso.

Elegibilidade

1. O Festival está aberto para todos os envolvidos na indústria da comunicação em toda a América Latina e mercado hispano-americano.
2. As inscrições não podem ser efetuadas sem autorização prévia dos anunciantes proprietários dos direitos de comunicação das peças.
3. Todas as peças e ações da categoria PROMO devem ter sido originalmente criadas e efetivamente veiculadas/colocadas em prática nos canais e pontos de exibição promocionais.
4. Todas as peças inscritas deverão ter sido publicadas pela primeira vez entre entre 01 de janeiro de 2016 a 31 de março de 2017.

5. Todas as peças inscritas devem ter sido produzidas e veiculadas segundo contratos comerciais pagos, firmados com clientes pessoas jurídicas, de empresas registradas e operantes. O cliente deve ter pago todos ou a maior parte dos custos de mídia. Exceção às peças inscritas nas categorias Caridade e Serviços Públicos, cujos custos podem ter sido negociados livremente. O Festival se reserva o direito de requisitar documentos comprobatórios da efetiva veiculação das peças inscritas, com vistas a validar sua veracidade, no caso de sua qualificação para shortlist ou premiação.
6. As peças inscritas no evento não poderão ter participado de edições anteriores.
7. Os organizadores poderão recusar inscrições que ofendam sentimentos nacionais, religiosos ou o gosto comum.
8. As peças inscritas que até a data do julgamento final tiverem infringido qualquer norma legal de seu país de origem deixarão de ser elegíveis. É dever do responsável pela inscrição notificar os organizadores caso qualquer violação dessa natureza seja registrada até a Cerimônia de Premiação.
9. Podem participar agências latinas e agências do mercado hispano americano, com trabalhos feitos diretamente para o público latino e/ou trabalhos feitos para outros públicos e veiculado globalmente. Agências não latinas mas que o trabalho foi direcionado para o mercado latino e/ou hispano americano também podem participar.

Inscrições

1. Não serão aceitas peças físicas cujas respectivas fichas de inscrição, não tenham sido preenchidas através do site do evento.
2. Cada peça deve ser inscrita apenas por um responsável e isso deve ser acordado previamente entre as partes interessadas. No caso de registro de duas inscrições para a mesma peça, será considerada apenas a primeira inscrição como válida.
3. A cada peça corresponderá uma inscrição. Peças que façam parte de uma campanha devem ser inscritas e pagas individualmente, embora possam ser exibidas simultaneamente e em grupo, no momento de sua avaliação.
4. Campanhas do tipo “teaser” em que cada peça tomada individualmente é de baixa relevância e onde o nome do anunciante, produto ou marca, aparece apenas uma vez, poderão ser consideradas como uma única inscrição.
5. Uma peça pode ser inscrita em mais de uma categoria. Ou dependendo da categoria em mais de uma subcategoria. Considere e analise atentamente as categorias oficiais do Festival. Os jurados se reservam o direito de mover peças dentro de uma categoria no caso de entender qualquer inadequação.
6. Todos os formulários de inscrição devem ser totalmente preenchidos online, no site do Festival, incluindo valores e formas de pagamento. As inscrições serão consideradas

oficialmente completas e finalizadas apenas no momento em que todo material exigido para inscrição esteja no banco de dados online e chegue ao escritório da organização do WAVE FESTIVAL.

7. Considere com atenção as informações contidas em cada formulário, pois serão elas que servirão de orientação para divulgação e premiação. Se sua peça for premiada, os créditos publicados no site do Festival e comunicados publicamente serão os constantes das fichas de inscrição. As alterações serão possíveis até a finalização da inscrição. Após essa data mediante consulta a organização, respeitando o prazo limite até o dia 17 de março de 2017 e após esse prazo não será permitido nenhum tipo de mudança.

8. As peças podem ser apresentadas nos seguintes idiomas:

- Para peça em língua portuguesa usar idioma original com legenda em espanhol ou inglês, ou a peça traduzida para o inglês.
- Para peça em língua espanhola usar idioma original com legenda em português ou inglês, ou a peça traduzida para o inglês.
- Para peça originalmente em inglês não é necessário legenda ou tradução.

É proibido nas legendas ou traduções alterar ou adaptar ao inglês usos específicos de linguagem, características socioculturais de cada país ou região, troca de nomes de personalidades locais e mudar trilha sonora. É preciso manter a concepção da ideia original.

Dentro do campo sinopse é possível colocar considerações adicionais com vista a esclarecer as peças em questões de linguagem, características socioculturais, etc.

É extremamente recomendado que a sinopse seja traduzida para o inglês já que, se premiada, a peça será divulgada internacionalmente.

9. Não citar ou se referir, em nenhum momento, ao nome ou logomarca da agência ou de qualquer dos envolvidos no desenvolvimento das peças e projetos inscritos.

Material e Formatos

Áudio:

- . MP3 com sampling rate de 44.1 kHz, estéreo e máximo de 10 MB por arquivo com duração de até 3 minutos.

Vídeo: para qualquer versão abaixo o vídeo deve ter **no máximo 2 minutos de duração.**

- . MOV - vídeo QuickTime deve estar entre 60 e 120MB
- . MP4 - entre 60 e 120MB
- . MPG - entre 60 e 120MB
- . FLV – Flash vídeo, com resolução de 720x480 até 60MB

É recomendável que o formato seja 16:9 wide screen.

É extremamente recomendável que se utilize um vídeo explicativo. Este vídeo será usado tanto para os jurados compreenderem o trabalho quanto para apresentação no auditório no momento da Cerimônia de Premiação, caso a peça seja vencedora.

Imagem (digital) JPEG :

. JPEG – no limite de até 10 MB, com 300dpi e padrão CMYK – formato impressão

É recomendável uma PRANCHA DE APRESENTAÇÃO FÍSICA enviada no seguinte formato:

- A2 (40cm x 60cm), materiais enviados acima dessa medida serão desclassificados, em papel cartão ou outro material resistente e leve para suporte, laminada ou plastificada para facilitar a manipulação e proteger a peça.

Cada PRANCHA (física e digital) deverá utilizar apenas uma lâmina/página e deverá conter um sumário da campanha em questão. Essa apresentação deve contar algumas imagens-chave do trabalho e do conceito adotado. O texto (não deve haver mais que 100 palavras) da prancha pode vir no idioma original seguido de uma sinopse em inglês, ou a PRANCHA já vem traduzida para o inglês.

Nota: Em nenhum dos espaços das PRANCHAS DE APRESENTAÇÃO deverão aparecer citações ou referências a agência ou qualquer dos envolvidos no desenvolvimento das peças e as peças deverão vir com a etiqueta de identificação coladas atrás.

As pranchas físicas serão utilizadas para julgamento e exibição caso seja vencedor.

- Para Embalagens Promocionais, forneça uma amostra da própria embalagem ou conjunto de embalagens. Se não puder ser o caso ou se essa apresentação adicional for de todo impossível, forneça mais imagens em formato JPEG.
- Para peças de promoção interna em lojas forneça uma amostra do item em questão. Se não puder ser o caso ou se essa apresentação adicional for de todo impossível, forneça mais imagens em formato JPEG.
- Para peças impressas, fornecer uma cópia ou prova do jornal, revista ou insert apropriado.
- Para peças digitais e/ou interativas, fornecer uma URL específica, que levará diretamente ao item em questão.

Endereço de envio das peças:

Depois de finalizada a inscrição pelo site, será gerada a ficha de inscrição (um arquivo em extensão PDF) e no final dele a etiqueta onde constarão os dados de identificação da inscrição. Essa etiqueta deve ser impressa e colada em todo material físico que for enviado para a organização do evento.

Enviar todo material físico, cada um com a etiqueta de identificação colada/adesivada para:

Meio & Mensagem – Setor de Eventos
Rua Catequese, 227 – 6º andar

www.wavefestival.com.br



Butantã – São Paulo/SP
Brasil - CEP: 05502-020

Para mais informações, contate os organizadores em lcalabria@grupomm.com.br ou pelo telefone: +55 11 3769.1625.

Preço da Inscrição

O valor de inscrição de cada peça é **US\$ 400,00**.

SUBCATEGORIAS

A. PRODUTOS E SERVIÇOS

A01. Produtos de Consumo de Larga Escala

Carnes, peixes, frutos do mar, frutas e verduras, legumes, batatas e raízes, arroz, massas, pizzas, molhos, maioneses, vinagres, ervas e especiarias, óleos e azeites, pimentas, farinhas, açúcares e adoçantes, pães, alimentos pré-preparados, alimentos infantis, leites e derivados (manteigas, queijos, requeijões, iogurtes, etc.), cereais e crispis matinais, cremes e sopas, ovos e margarinas, Chocolates, balas, gomas de mascar, snacks (salgadinhos), nozes e frutas secas, barras de cereais, bolos, biscoitos, bolachas, geléias, mel, xaropes, sobremesas, sorvetes, cervejas (inclusive cervejas não-alcoólicas), cidras, vinhos, champanhes, licores, destilados, cafés, chás, achocolatados, isotônicos, sucos, águas, detergentes, sabões, sabões em pó e saponáceos, amaciantes, produtos de limpeza e manutenção doméstica, inseticidas, filmes e papéis especiais para embalagem e manutenção de alimentos, graxas e material para polimento de sapatos, colas de madeira e plásticos, ceras para polimento doméstico, tintas, fertilizantes, maquiagens, perfumes, esmaltes e protetores para unhas, desodorantes, shampoos e condicionadores, sabonetes, gel e mousses para cabelo e pele, sprays de cabelo, sais de banho, protetores solares, cremes hidratantes, pastas de dente, produtos de higiene bucal, fios dentais, lentes de contato, papéis-higiênicos, guardanapos, sabões de barba, cremes de depilação, tampões e absorventes femininos, remédios OTC, vitaminas, ervas medicinais, suplementos e produtos dietéticos, repelentes, adesivos e produtos para bandagens, loções capilares, testes de gravidez, preservativos, outros produtos de farmácia, roupas, sapatos sociais e esportivos, cintos, meias, abotoaduras, lenços, linhas e material de costura e armarinho, bolsas, carteiras, malas, óculos, relógios, jóias e bijuterias, produtos de moda e afins, alimentos para animais domésticos, presentes e cartões, canetas, papelaria e material de escritório, produtos e acessórios de tabaco (cigarros não inclusos).

A02. Carros e Auto-Motivos

Carros, caminhões, caminhonetes e utilitários, tratores, motocicletas, vans, jeeps, pneus, peças e acessórios auto-motivos, combustíveis auto-motores, óleos lubrificantes, postos de serviço, concessionárias, lojas e serviços especializados no setor auto-motivo.

A03. Outros Produtos de Consumo

Televisores, vídeo e áudio players, equipamentos e acessórios de home-theaters, câmeras de foto e vídeo, computadores, celulares, pagers, smartphones, brinquedos e consoles de games eletrônicos, binóculos, máquinas de lavar e secar roupa, máquinas de lavar e secar louças, geladeiras e freezers, ferros de passar roupa, liquidificadores, batedeiras, fornos micro-ondas, chuveiros, metais de cozinha e banheiros, aquecedores, ar-condicionados, equipamentos de jardinagem, detectores de fumaça, coifas, louças de cozinha e banheiro, cerâmicas e cristais,

material de decoração doméstica, azulejos e papéis de parede, materiais de reforma doméstica, abajures e luminárias, relógios domésticos, pneus, peças e acessórios automotivos (incluindo aparelhos de áudio para automóveis), óleos automotivos, combustíveis automotivos.

A04. Produtos e Serviços Financeiros

Bancos, cartões de crédito, seguros, planos de investimento e previdência, fundos de pensão.

A05. Serviços Públicos Comerciais

Serviços de telecomunicações, provedores de internet, provedores de serviços de TV a cabo ou via satélite, páginas amarelas e catálogos telefônicos, companhias de fornecimento de água, gás, luz e saneamento básico (públicas e privadas), escolas e universidades (públicas e privadas), escritórios e empresas de engenharia e arquitetura.

A06. Viagens, Lazer e Entretenimento

Parques temáticos e de diversões, ginásios esportivos, academias de ginástica e preparo físico, clubes, spas, eventos musicais, esportivos e culturais, museus, mostras, feiras e exposições, bares, casas noturnas, galerias de arte, cinemas e teatros, loterias, casas de aposta, jogos e brinquedos infantis (não eletro-eletrônicos), companhias aéreas e rodo-ferroviárias, agências de viagens, hotéis, pousadas, resorts, companhias de aluguel de carros e auto-motivos, serviços de turismo e viagens em geral.

A07. Varejo e e-commerce incluindo restaurantes

Restaurantes, lanchonetes, cadeias e lojas de departamentos, magazines, lojas de roupas e acessórios, supermercados e lojas de conveniência (inclusive as de postos de serviço), farmácias, óticas, salões de beleza, lavanderias, agências postais, lojas de foto-processamento, lojas de conserto para equipamentos eletro-eletrônicos, sapatarias, lojas de e-commerce e portais de leilão online.

A08 –Saúde e Prescrições Médicas

Hospitais, serviços laboratoriais, clínicas privadas de saúde e tratamento médico, clínicas de tratamento ocular, clínicas dentárias, serviços e clínicas de medicina alternativa, equipamentos médicos e hospitalares, clínicas e consultórios particulares, cirurgia plástica.

A09. Mídia e Publicações

Jornais, revistas, livros, discos, CDs, DVDs, Rádios e Redes de TV, enciclopédias (on e offline), cursos por correspondência e virtuais (via internet).

A10. Propaganda e Comunicação

Agências de Propaganda, produtoras de comerciais e fonogramas, empresas de serviços audiovisuais profissionais, fornecedores do negócio da comunicação (gráficas, fotoliteiras, escritórios de finalização de imagens, estúdios fotográficos, bancos de imagem), escritórios de design (gráfico e digital), serviços de marketing e consultoria.

A11. Equipamentos e Serviços Corporativos

Agências de emprego, serviços de informática e Tecnologia da Informação (TI), equipamentos e serviços de fotocópia, máquinas de fax, equipamentos e serviços de telefonia empresarial, móveis e equipamentos para escritórios, serviços de courier, serviços de limpeza de indústrias e escritórios, serviços de segurança patrimonial, serviços de logística e armazenagem.

A12. Comunicação Business to Business

Campanhas e ações de comunicação dirigida e especializada de negócios para negócios (trade e B&B).

A13. Informação Corporativa

Comunicação institucional não-comercial, comunicação de imagem corporativa ou de marca não diretamente associada a produto ou serviço, patrocínios de eventos esportivos e/ou culturais, mensagens natalinas e de boas festas, comunicação de fusões e aquisições, patrocínios e oferecimentos de programas televisivos ou veiculados em outras mídias não ligados a produto ou serviço.

A14. Saúde e Segurança Pública, Comunidades e Mensagens de Interesse Sócio-Ambiental

Mensagens e campanhas anti-tabagistas, anti-drogas, contra direção perigosa e consumo de álcool ao volante, de segurança e respeito às leis de trânsito, higiene e saúde pública, Aids e doenças socialmente transmissíveis, doação de sangue, mensagens político-religiosas, de sindicatos e associações, campanhas pela igualdade sexual, racial, étnicas e ideológicas, em prol dos deficientes motores e mentais, campanhas de voluntariado, Cruz Vermelha, recuperação de menores e inclusão social, avisos ambientalistas e em prol da sustentabilidade.

B. USO DE MÍDIA E/OU ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Nestas categorias, sua peça será julgada especificamente acerca do uso criativo do meio/formato/estratégia correspondente, independentemente do produto ou serviço em questão.

B01. Eventos

Melhor evento e programa de marketing para consumidores finais, bem como para públicos de negócios (b-to-b), trade shows, etc.

B02. Marketing de Campo

Inclui também demonstrações de produtos e samplings em locais especiais (fora do ponto de venda), performances promocionais, pocket-shows em áreas de circulação de shoppings ou na rua, etc.

B03. Mídia Alternativa

Melhor uso promocional de mídia não-tradicional. Inclui canais não convencionais e novos canais, como a internet e plataformas digitais móveis, como celulares e consoles de games, etc.

B04. Mídia Tradicional

Melhor uso promocional de campanhas na chamada mídia tradicional (considerada como TV, Rádio, Jornal, Revista e Outdoor).

B05. Patrocínios

Para campanhas desenvolvidas para comunicar um patrocínio.

B06. Embalagens Promocionais

Melhor uso de embalagens promocionais.

B07. Marketing promocional em ponto de venda

Melhores ações de marketing promocional em ambientes internos de lojas e áreas de venda, material promocional de ponto de venda, desenho de ambientes de venda e espaços promocionais. Inclui merchandising no ponto de venda, formatos criativos de samplings e experimentação de produtos e lançamentos.

B08. Programas de fidelização

Para campanhas e promoções utilizadas na otimização do uso de programas de fidelização, estimulando a compra e/ou consumo de serviços e produtos

C. PROMO: DIGITAL & SOCIAL

Nessa categoria, será julgado especificamente qual o meio digital / plataforma social foi usada para atingir o consumidor.

C01. Uso de publicidade digital em uma campanha promocional

Em telefone, tablet, incluindo: websites, microsites, search engine marketing, banners, e-mail marketing, jogos e aplicações, códigos QR, MMS, SMS, GPS, conteúdo de marca, etc.

C02. Utilização de novas tecnologias em uma campanha promocional

C03. Utilização de Plataforma Social (s) em uma campanha promocional

Sites de redes sociais, blogs, wikis, sites de compartilhamento de vídeo, etc.

C04. Uso da audiência em uma campanha promocional

Campanhas promocionais que ativam públicos das redes sociais para criar e / ou reforçar as relações dentro da comunidade ou com novos consumidores.

C05. Ativação Comercial nas redes sociais

Plataforma que permita ou encoraja os usuários a participar de atividade social que resulte em uma venda direta.

D. CAMPANHA INTEGRADA LIDERADA POR PROMO

Melhor uso promocional de campanhas que integrem vários e diferenciados meios/formatos/estratégias.