



**PRÉMIOS<sup>®</sup>**  
**LUSOFONOS**  
DA CRIATIVIDADE

**Edição XIV | ESPECIAL NATAL**

# Regulamento

1º Quadrimestre

# Índice



**01**

O Festival

**02**

Calendário

**03**

Inscrições

**04**

Processo de Inscrição

**05**

Categorias/Subcategorias e Categorias Setoriais

**06**

Jurados/Votação

**07**

Prémios



# O Festival

Os Prémios Lusófonos da Criatividade são um festival internacional de criatividade sediado em Portugal e também o único mundialmente dedicado exclusivamente a premiar, homenagear e debater os mercados publicitários e de comunicação dos países de língua oficial portuguesa.

Com 14 anos de existência, os Prémios Lusófonos da Criatividade têm cumprido a sua missão de enaltecer o melhor trabalho feito por agências, profissionais, estúdios e produtores em todos os países que comungam a nossa língua. O Festival tem sido um pilar importante no mercado, na promoção de uma aproximação entre estes mercados, trazendo a Lisboa sempre que possível alguns dos maiores nomes mundiais da nossa indústria.

Este é um festival diferente de todos os outros. Ao longo de 3 edições por biénio, o Festival avalia o trabalho diário de uma agência não aquele que apenas é feito numa altura do ano e propositadamente para festivais.

Este modelo de festival tem atraído a participação das maiores e mais prestigiadas agências de todos os países de língua oficial portuguesa. Fazendo dos Prémios Lusófonos da Criatividade uma premiação ímpar e de prestígio a nível internacional.

Desta forma, cada edição anual é composta por três edições quadrimestrais. A última edição quadrimestral decorre em paralelo com o Festival Anual dos Prémios Lusófonos, onde são entregues os prémios de Agência e Produtora do Ano Lusófonas em todas as áreas da comunicação, bem como em cada um dos países participantes.

## Calendário

|                   |                       |
|-------------------|-----------------------|
| <b>Inscrições</b> | <b>01 de setembro</b> |
|-------------------|-----------------------|

|                   |                       |
|-------------------|-----------------------|
| <b>Early bird</b> | <b>01 de setembro</b> |
| <b>25%</b>        | <b>30 de setembro</b> |

|                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| <b>Early bird</b> | <b>01 de outubro</b> |
| <b>10%</b>        | <b>30 de outubro</b> |

|                           |                       |
|---------------------------|-----------------------|
| <b>Fim das Inscrições</b> | <b>27 de novembro</b> |
|---------------------------|-----------------------|

|               |                       |
|---------------|-----------------------|
| <b>Evento</b> | <b>10 de dezembro</b> |
|---------------|-----------------------|

# Inscrições



**a. Abrangência** - Os Prémios Lusófonos da Criatividade estão abertos a todas as agências, profissionais, estúdios e produtores que tenham sede em países de língua oficial portuguesa: agências de publicidade, agências de design, agências digitais, agências de activação e eventos, agências de media, produtoras, freelancers na área dos processos de comunicação comercial e marcas.

**b. Veiculação** - Todo os materiais inscritos devem ter a sua primeira ou última veiculação até ao ano anterior ao momento das inscrições. Projetos em vigor no ano passado e ano corrente à edição a decorrer. A qualquer momento, os jurados bem como a organização do festival podem solicitar provas da veiculação dos projectos que devem ser emitidas pelo anunciante ou pelo meio.

**c. Propriedade Intelectual / Direitos de Autor:**

- A organização do Festival pode, a qualquer momento, questionar quanto aos direitos de autor bem como se o anunciante permitiu a inscrição de cada projecto sob pena de a peça não ser aceite. Os participantes autorizam e são inteiramente responsáveis pela exibição das peças inscritas a concurso.

- Todos os projetos inscritos no Briefing Aberto pertencem integralmente à marca patrocinadora do quadrimestre em questão. Desta forma, a marca está autorizada a utilizar as ideias/ imagens/ texto criativo submetidos para fins próprios.

**d. Votações** - De modo a manter a objectividade e imparcialidade do painel de jurados, nenhum case/apresentação deve conter o logótipo ou nome da agência ou profissional que o criou. Estão excluídos desta regra os trabalhos inscritos nas subcategorias de Ativação de Auto-Promoção.

**e. Inscrições** - As peças a concurso devem ser em português ou, no caso de cases e trabalhos internacionais devem vir acompanhados de legenda. O pagamento das peças inscritas deve ser feito até ao primeiro dia de votações sob pena de não ser aprovado e votado pelos jurados. A inscrição deve ser feita respeitando os direitos de autor de forma a respeitar a verdade criativa no momento da atribuição dos prémios.

**f.** Qualquer incumprimento nas regras acima descritas incorre a pena de eliminação do Festival sem a respectiva premiação. O valor da inscrição não será restituído.



# Processo de Inscrição

O processo de inscrição é muito fácil, rápido e intuitivo através de uma plataforma online. Os projectos só serão considerados para votação após serem validados na plataforma pela equipa dos Prémios Lusófonos da Criatividade, após serem confirmados todos critérios de regulamentação. No caso de existir alguma irregularidade na inscrição, a equipa dos Prémios Lusófonos da Criatividade entrará em contacto com a entidade que inscreveu o projecto.

**a. Inscrição online** - Para poder iniciar o processo de inscrição, é necessário fazer o registo através da plataforma presente no site dos Prémios Lusófonos da Criatividade indicando todos os dados identificados como obrigatórios (Tipo de Participante, Email, Password, Empresa, País, Nome de Contacto e Telemóvel. Se a entidade responsável pela inscrição pretender factura, deve também preencher os dados de facturação.

- Após feito o login é possível começar a carregar os trabalhos através do formulário de inscrição seguindo as instruções.
- Deve ser seleccionada a categoria e subcategoria onde o projecto será inscrito. A equipa dos Prémios Lusófonos da Criatividade está certificada para ajudar, em qualquer momento, na escolha da categoria e/ou subcategoria mais adequada a cada projecto sendo que não se responsabiliza pela não premiação do projecto.
- É possível adicionar um pequeno briefing sempre que a entidade responsável pela inscrição considere pertinente.
- É obrigatório submeter uma imagem de resumo do projeto, em Jpg no formato 1920x1080px.
- No caso dos ficheiros mp4 terem mais de 40mb, é possível colocar o URL para o YouTube ou qualquer outra plataforma de streaming. O URL pode ser utilizado para qualquer outro material digital que a entidade responsável pela inscrição considere pertinente para a avaliação.
- É possível, em cada inscrição, colocar os devidos créditos (Account Manager, Copy, Designer, Director, Director Criativo, Director de Arte, DOP, Executive Creative Director, Ilustrador, Produtor, Produtor Executivo e Outros)
- Para qualquer dúvida referente ao processo de inscrição, deve entrar em contacto com a equipa dos Prémios Lusófonos da Criatividade através de [paulo.santos@lisbonawardsgroup.com](mailto:paulo.santos@lisbonawardsgroup.com)

## **b. Valor da Inscrição**

VALOR DAS INSCRIÇÕES - O valor base de inscrição de cada peça por categoria é de 190€.

- Ao valor das peças será acrescida a taxa de IVA em vigor (para o caso de inscrições feitas por entidades portuguesas)

- As inscrições serão apenas validadas após o seu pagamento.

- As inscrições no Briefing Aberto estão isentas de qualquer custo.

FORMAS DE PAGAMENTO - O pagamento das peças inscritas pode ser feito através de PayPal (que aprova o pagamento automaticamente na plataforma) ou através de transferência bancária.

- No caso de optar pelo pagamento através de PayPal acresce uma taxa de 5% ao valor da inscrição.

- No caso de optar pela transferência bancária estes são os dados que necessita:

Magnisense Unipessoal LDA.

**IBAN: PT50 0033 0000 45493712660 05**

## **DESCONTOS**

- Early Bird - A data limite de inscrição para usufruir do desconto de Early Bird será anunciado no site [www.premioslusofonos.com](http://www.premioslusofonos.com) no momento de abertura das inscrições.

- Desconto de Quantidade - Caso uma agência na mesma edição quadrimestral inscreva 10 ou mais peças, terá um desconto de quantidade perfazendo o valor por peça de 180€, 20 ou mais peças, 170€, 30 ou mais peças, 160€ e 40 ou mais peças, 150€. (este desconto acumula com outros descontos em vigor)

- Outros descontos - Os sócios dos nossos parceiros institucionais (podem ser vistos no nosso website) têm 5% de desconto nas suas inscrições (este desconto de 5% acumula com o desconto de quantidade e com o desconto do early bird a ocorrer no momento da inscrição).

## **c. Regras e Notas Importantes**

- No caso de um projecto ser inscrito por mais do que uma entidade na mesma categoria e/ou subcategoria, será dada primazia à entidade que mais se aproximar da categoria em questão (por exemplo, num projecto inscrito na categoria de Filme, será dada prioridade ao projecto inscrito pela produtora que produziu a peça). No caso de esta regra não se aplicar, será dada primazia ao projecto que tiver primeiramente sido inscrito.

- Após a cerimónia de entrega de prémios, os certificados serão enviados via email para todos os vencedores, devidamente identificados com nome de projeto, nome de agência/cliente, categoria, sub-categoria e tipo de troféu, de forma totalmente gratuita.

- O envio dos troféus físicos para os vencedores tem um custo de envio variável (a cargo do vencedor), consoante a localidade do mesmo. Só poderão ser pedidos troféus do ano de inscrição corrente. Assim que os troféus chegam ao país de destino, ficam imediatamente a cargo dos vencedores.

**Para mais informações entre em contacto com a nossa equipa.**



# Categorias e Sub categorias

## Filme

Filme para TV | Filme para Cinema | Filme para Redes Sociais | Filme Web | Filme Pre-Roll Web | Documentário Branded Content | Branded Content Live TV | Branded Content Stream TV | Branded Content Formato curto | Filme Viral | Filme de Turismo | Spot Interactivo para TV | Spot Interactivo Web | Auto-promoção de Agência ou Produtora | Campanha

## Imprensa

Anúncio Imprensa Formato Normal | Anúncio Imprensa Formato Especial | Branded Content Imprensa | Utilização de tecnologia em Imprensa | Campanha de Imprensa

## Rádio

Spot de Rádio | Sport de Rádio Web | Branded Content em Rádio | Branded Content Live em Rádio | Utilização de tecnologia em Rádio | Auto-Promoção de Agência ou Produtora em rádio | Campanha de Rádio

## Outdoor

Outdoor Normal | Outdoor Formato Especial | Outdoor Interactivo | Outdoor Digital | Poster | Auto-promoção de Agência ou Produtora em Outdoor | Campanha em Outdoor | Branded Content em Outdoor | Utilização de tecnologia em Outdoor

## Inteligência Artificial

Uso de Inteligência Artificial em Filme | Uso de Inteligência Artificial em Outdoor | Uso de Inteligência Artificial em Digital | Uso de Inteligência Artificial em Redes Sociais | Uso de Inteligência Artificial em Rádio | Uso de Inteligência Artificial em Live Marketing | Uso de Inteligência Artificial em Evento | Uso de Inteligência Artificial em Relações Públicas | Campanha Multi-Meios com recurso a Inteligência Artificial | Campanha integralmente realizada com Inteligência Artificial | Uso de Inteligência Artificial em Data Marketing

## E-commerce

Jornada do Consumidor | Campanha de E-commerce em Web Store | Campanha de E-commerce fora da Web Store | Campanha de E-commerce em Marketplace | Site de e-commerce | App de E-commerce | Campanha Multi-Meios de E-commerce | Estratégia de E-commerce | Campanha de E-commerce de Natal | Campanha de E-commerce de Páscoa | Campanha de E-commerce de Carnaval | Campanha de E-commerce de Ano Novo | Campanha de E-commerce de Black Friday | Campanha de E-commerce de Boxing Day | Campanha de E-commerce de Cyber Monday | Uso de Data em campanha de E-commerce

## Creators

Reach Orgânico e Influência | Creators Cross-Channel Storytelling | Colaboração com Creators | Integração de Creators em Campanha Multi-Meios | Uso de Creators em Medias tradicionais (TV, Rádio, Imprensa, Outdoor..) | Uso de Creators para criação de comunidade de marca | Uso de fundador ou CEO como embaixador da marca

## Digital

Site | Mini-Site | Formato Publicitário Web | Formato Publicitário Web Interativo | Experiência do utilizador em digital | Branded Content Digital | Auto-Promoção de Agência ou Produtora em Digital | Campanha Web | UX/Usability | Melhor uso de RV/RA | Data Driven Criatividade | Data Driven Targeting | Data Storytelling | Data Technology | Uso de Real-Time Data | Integração de Data em Campanha Publicitária | Uso de Metaverso em Campanha Publicitária | Realidade Emergentes e Novas Tecnologias | Transformação Digital

## Mobile

Aplicações Mobile de Serviços e Utilitários | Aplicações Mobile para Empresas | Site Mobile | Campanha Publicitária Mobile First | Formato Publicitário Mobile | Programa de Marketing Relacional Mobile | Uso de Mobile nas Redes Sociais | Jogos Mobile | Auto-Promoção de Agências ou Produtoras em Mobile | Branded Content Mobile | Ativação de Marca com recurso a Mobile | Campanha de Instagram | Campanha de Snapchat | Campanha de TikTok

## Social Media

Melhor uso das redes sociais em tempo real | Post isolado | Campanha em redes sociais | Responsabilidade Social nas Redes Sociais | Melhor uso de redes sociais em situação de crise | Branded Content nas Redes Sociais | Campanha Viral em Redes Sociais

## Ativação de marca

Ativações na Via Pública | Guerrilha | Ativação de Patrocínio | Ativação Low-Budget | Ativação de Auto-Promoção de Agência ou Produtora | Lançamento de Produtos | Ativação em Eventos e Congressos | Ativação em Festivais de Música

## Shop Marketing

Ativação no Ponto de Venda | Ativação Digital no Ponto de Venda físico | Ativação no Ponto de Venda com recurso a tecnologia | Marketing Relacional no Ponto de Venda | Retail Media | Sales Promotion | Campanha exclusiva de Retalhista

## Eficácia

Eficácia em Campanha Digital | Eficácia em Mobile | Eficácia em Eventos | Eficácia em Ativação e Live Marketing | Eficácia em Design | Eficácia em Relações Públicas | Eficácia em Campanha Publicitária ATL | Eficácia em Campanha Multi-Meios | Eficácia em Patrocínios | Eficácia em Uso de Creators | Eficácia em Social Media | Eficácia em Planeamento de Media

## Eventos

Evento Empresarial | Evento Desportivo | Evento Cultural | Evento de Marca | Evento de Responsabilidade Social | Evento Low-Budget | Evento de Auto-Promoção de Agência ou Produtora | Evento Multi-Espaços | Patrocínio em Evento | Evento B2B | Evento Interno | Evento Ar Livre | Festival de Música | Festival de Cinema | Festival de Literatura | Festival de Gastronomia | Festival de Bebida Alcoólica | Festival de Bebida Não Alcoólica | Eventos de Grandes Dimensões | Evento de Marketing Territorial | Campanha | Lançamento de Produtos

## Design

Branding | Design Gráfico Poster | Design Editorial | Design Editorial Digital | Design Corporativo | Naming | Design Gráfico Material de Comunicação | Imagem corporativa | Ilustração | Sinalética | Tipografia | Design de Pack / Embalagem | Design de Produto | Design de Web | Design em Ponto de Venda | Design em Auto-Promoção de Agência ou Produtora | Design Mobile/APP | Design Formato Especial | Rebranding | Design Experiencial | Design de Stands

## Media

Melhor uso de media em imprensa | Melhor uso de media em TV | Melhore uso de media em Rádio | Melhor uso de media em Outdoor | Melhor uso de media em formato web | Melhor uso de media em redes sociais | Melhor uso de media low-budget | Melhor use de media em Auto-promoção de Agências ou Produtoras | Melhor uso integrado de Media

## Relações Públicas

Gestão de influência | Gestão de crise | Relação com os Meios de Comunicação Social | Comunicação Interna | Média Espontânea em Campanha de Publicidade | Plano de Relações Públicas low-budget | Auto-Promoção em Relações Públicas | Campanha Política | Campanha Governamental | Campanha ONG | Public Affairs

## Produção de filme

Fotografia | Realização | Direção de Arte | Guião | Direção de Atores | Produção Integral | Pós-Produção Animação | Pós-Produção Efeitos Especiais | Pós-Produção Edição | Low-Budget (até 5000€)

## Produção de áudio

Uso de Música Original | Uso de Música Adaptada | Efeitos Sonoros | Jingle | Audio-Craft em Spot de Rádio | Audio-Craft em Filme | Uso de Tecnologia em produção Audio | Locução | Pós-produção Audio | Edição Audio

## Marketing Direto

Marketing Directo Impresso | Marketing Directo Vídeo | Marketing Directo Experimental | Marketing Directo Web | Inovação em Marketing Directo | Marketing Directo na Via Pública | Marketing Directo Low-Budget

## Briefing Aberto

Estudante (com menos de 30 anos) | Jovem Criativo (com menos de 30 anos) | Talento Lusófono (com mais de 30 anos)

## Formatos a inscrever

jpg, mp4 ou pdf



# Categorias Setoriais

- 1.** Banca, Seguros & Serviços Financeiros
- 2.** Tecnologia & Telecomunicações
- 3.** Grande Consumo & Retalho
- 4.** Restauração & Lazer
- 5.** Desporto, Fitness & Gaming
- 6.** Viagens & Turismo
- 7.** Automóvel, Mobilidade & Indústria
- 8.** Imobiliário & Construção
- 9.** Meios de Comunicação & Auto-Promoção
- 10.** Energia, Utilities & Setor Público
- 11.** Impacto Social
- 12.** Cultura & Educação
- 13.** Sustentabilidade
- 14.** Moda & Luxo

## Formatos a inscrever

jpg, mp4 ou pdf

# Jurados & Votações



O júri está dividido em 13 categorias (mais a categoria de Briefing Aberto) e votam em todos os projectos inscritos nas respectivas subcategorias. A escolha do panel de jurados respeita as seguintes regras:

- Não existir mais do que um membro de cada agência em cada categoria
- Não existir mais do que um membro da mesma network em cada categoria
- Estar representado, pelo menos um membro de cada país lusófono

O painel de jurados é soberano nas suas decisões e a organização dos Prémios Lusófonos da Criatividade não interfere de forma alguma na votação a não ser em casos em que seja necessário esclarecer qualquer aspecto que respeite ao regulamento. Cabe ao Presidente de Juri de cada categoria estabelecer os critérios de votação.

O júri vota online cada uma das peças e, apenas em casos de empate ou na decisão do Grand Prix de cada categoria, será solicitada a intervenção do presidente de júri.

Os membros do painel de jurados não podem votar em peças apresentadas pelas suas agências.

# Prémios



O painel de jurados vota de forma a atribuir Shortlist, Bronze, Prata, Ouro e Grand Prix, podendo optar por não atribuir qualquer prémios se considerar que o projecto não preenche os padrões de exigência.

Não existe qualquer obrigatoriedade ou número máximo de prémios a atribuir em cada categoria.

Os resultados serão apenas divulgados nas cerimónias quadrimestrais de premiação. Em data e local a anunciar pela organização e, posteriormente nas plataformas online e através dos media partners.

Os trabalhos inscritos são premiados com Shortlist, Bronze, Prata, Ouro e Grand Prix.

No Festival Anual serão distinguidas as agências do ano de cada país e lusófonas, respeitando os pontos acumulados ao longo dos 3 quadrimestral respeitantes a cada biénio do Festival.

## **As categorias de premiação anual são:**

- Agência de Publicidade
- Agência de Design
- Agência Digital
- Agência de Activação e Eventos
- Agência de Media
- Produtora
- Cliente
- Network

Para efeitos de premiação no Festival Anual, será publicada uma tabela de pontuação (ranking) no final de cada edição quadrimestral.

- Shortlist - 10 pontos
- Bronze - 30 pontos
- Prata - 60 pontos
- Ouro - 120 pontos
- Grand Prix - 160 pontos



**PRÉMIOS<sup>®</sup>**  
**LUSOFONOS**  
DA CRIATIVIDADE

**Edição XIV | ESPECIAL NATAL**

# **Regulamento**

1º Quadrimestre