

**Atenção inscritos e interessados: este regulamento foi alterado e atualizado em 09/09/2024:**

**Quanto a mudança de datas etapas 1, 2 e 3 de julgamento e data da premiação. Leia mais nos itens 7.4 e 8.1;**



## **REGULAMENTO AMPRO AWARDS 2024**

### **1. PREMIAÇÃO**

1.1. O AMPRO Awards é uma premiação de *Live Marketing* no Brasil que reconhece e premia agências, cases e clientes de campanhas de comunicação com expertise em live marketing. A premiação é organizada pela AMPRO – Associação de *Marketing* Promocional (“AMPRO”).

1.2. **Quem pode inscrever/participar?** Agências de comunicação estabelecidas no Brasil, sejam associadas ou não associadas à AMPRO. A inscrição está aberta apenas para empresas cujo objeto social principal, conforme seus documentos de constituição, seja a atuação como “agência” de comunicação. Os cases inscritos devem atender aos requisitos estabelecidos neste regulamento.

### **2. INSCRIÇÕES E CATEGORIAS**

2.1. A agência é a única e exclusiva responsável pelas inscrições realizadas em seu nome. Dessa forma, a agência deve assegurar que sua inscrição no AMPRO Awards seja realizada por pessoa devidamente habilitada e autorizada para tal e pela obtenção das respectivas autorizações de eventuais terceiros, como cliente e fornecedores (documento oficial, por escrito das respectivas empresas envolvidas), necessárias a possibilitar a inscrição de referido case no AMPRO Awards, expressamente isenta a AMPRO de qualquer responsabilidade nesse sentido.

2.1.1. A não obtenção da autorização junto ao cliente poderá implicar na desclassificação da agência e eliminação do case do AMPRO Awards 2024 pela comissão organizadora, em qualquer etapa do processo de julgamento, não fazendo jus a qualquer indenização ou restituição de qualquer valor pago.

2.1.2. A agência será desclassificada pela comissão organizadora caso qualquer cliente, a qualquer momento, manifeste por escrito contrariamente à inscrição e participação do case no AMPRO Awards 2024.

2.2. Cases que tenham envolvimento, direto ou indireto, de mais de uma agência somente poderão ser inscritos no AMPRO Awards 2024 por 01 (uma) agência responsável, podendo a(s) demais constarem na ficha técnica, no caso de ser uma outra agência autora do conceito da campanha.

2.2.1. Caso o mesmo case seja inscrito por mais de uma agência, a AMPRO se reserva no direito de solicitar às agências documentação adicional para fins de comprovação de quem efetivamente detém os direitos e/ou autorizações de propriedade intelectual necessários para inscrição de referido case, mantendo como inscrita apenas a agência que de fato deter e comprovar tais direitos.

2.2.2. A agência que tiver inscrito case sobre o qual não detém os direitos necessários, nos termos deste regulamento, será sumariamente desclassificada, não fazendo jus a qualquer indenização, incluindo restituição de qualquer valor pago.

2.2.3. Caso mais de uma agência apresente documentação que permitam entender que ambas possuem os direitos e autorizações necessárias à inscrição de um mesmo case, as agências deverão decidir entre si qual será a “agência responsável” que seguirá com participação no **AMPRO Awards 2024**. A formalização deve ser feita através do e-mail: [ampro@amproawards.com.br](mailto:ampro@amproawards.com.br). Caso não haja consenso, a AMPRO poderá desclassificar tais agências e excluir o case do **AMPRO Awards 2024**. Em qualquer caso, as agências não farão jus a qualquer indenização ou restituição de valores despendidos.

2.3. Os cases poderão ser inscritos nas seguintes categorias do **AMPRO Awards 2024**:

**A) BUSINESS:**

1. Transformação criativa de negócios
2. Melhor construção de marca
3. Melhor lançamento de produto ou serviço
4. Melhor campanha de comunicação integrada
5. Melhor campanha para ONGs e entidades públicas

**B) CONSUMER:**

6. Melhor ideia ou conceito
7. Melhor experiência de marca – eventos ou ativações
8. Melhor evento presencial, virtual ou híbrido
9. Melhor promoção comercial
10. Melhor campanha comercial
11. Melhor ação de baixo custo

**C) CONTENT:**

12. Melhor ação de entretenimento
13. Melhor ação de *branded content*, *social*, *influencer* e/ou *PR*.
14. Melhor ativação de patrocínio

**D) TRADE:**

15. Melhor campanha de incentivo
16. Melhor execução de *trade marketing* - acima de 6 meses
17. Melhor execução de *trade marketing* - até 6 meses
18. Melhor campanha de *trade marketing* (multicanais)
19. Melhor campanha de vendas ou fidelidade de marca
20. Melhor campanha B2B;

2.3.1. Para uma melhor compreensão sobre cada uma das categorias, verifique o detalhamento do ANEXO 1 – DESCRIÇÃO DAS CATEGORIAS e vídeos tutoriais disponíveis no hot site do AMPRO Awards 2024 [www.amproawards.com.br](http://www.amproawards.com.br).

2.4. Adicionalmente às categorias acima, os cases inscritos poderão, ainda, concorrer às

categorias “MELHOR CASE POR VERTICAL (*BUSINESS/CONSUMER/CONTENT/TRADE*)”, “*GRAND PRIX (CRIATIVIDADE)*” e “*GRAND PRIX ESG - AMPRO Awards 2024*”.

**2.4.1. MELHOR CASE POR VERTICAL (*BUSINESS/CONSUMER/CONTENT/TRADE*):** Os cases premiados como “Ouro” em cada uma das categorias serão automaticamente elegíveis a participar da premiação “Melhor Case” de sua respectiva vertical, cuja escolha se dará por meio de votação pelo júri responsável por cada vertical, com os resultados apresentados aos Presidentes do Júri para a decisão final.

**2.4.2. *GRAND PRIX (CRIATIVIDADE)*:** Os cases premiados como “Melhor Case” de cada vertical serão automaticamente elegíveis a concorrer no *Grand Prix (Criatividade)*, cuja escolha se dará por meio de votação dos Presidentes do Júri, considerando o critério **criatividade** para determinar qual se destacou dos demais. O case vencedor receberá o **Prêmio AMPRO Awards 2024 - Grand Prix Criatividade**.

**2.4.3. *GRAND PRIX ESG - AMPRO Awards 2024*:** Os cases que optarem por concorrer na categoria **GRAND PRIX ESG - AMPRO Awards 2024** e que tenham sido premiados como “Ouro” em sua vertical serão automaticamente elegíveis a participar da premiação “*Grand Prix ESG – AMPRO Awards 2024*”, concorrendo entre si, a escolha será realizada pelos jurados e os Presidentes do Júri, que decidirão de acordo com critérios de *ESG*, descritas nesse regulamento (veja mais no Anexo 1 – Descrição das Categorias e Anexo 2 – Questionário *ESG*) e identificadas pelas perguntas nas respectivas categorias, qual foi aquele que mais se destacou das demais em práticas sustentáveis, responsabilidade social e governança corporativa.

2.4.3.1. A participação no **GRAND PRIX ESG AMPRO** é opcional e deverá ser manifestada expressamente pela agência, conforme campo específico no momento da inscrição.

2.4.3.2. O case vencedor na categoria **GRAND PRIX ESG AMPRO** fará jus a 5 (cinco) pontos adicionais que serão acrescidos ao somatório de Agência do Ano.

**2.4.4. MELHOR AGÊNCIA DE *LIVE MARKETING* DO ANO.** Para premiação da categoria “**MELHOR AGÊNCIA DE *LIVE MARKETING* DO ANO**” será concedido pontos por cada prêmio (OURO, PRATA, BRONZE), conferido a cada. A agência que acumular o maior número de pontos na premiação, será considerada a **MELHOR AGÊNCIA DE *LIVE MARKETING* DO ANO**.

2.4.4.1. Os pontos serão conferidos seguindo a norma a seguir:

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>OURO</b>                  | 04 pontos |
| <b>PRATA</b>                 | 02 pontos |
| <b>BRONZE</b>                | 01 ponto  |
| <b><i>GRAND PRIX ESG</i></b> | 05 pontos |

2.4.4.2. Em caso de empate na pontuação entre duas ou mais agências para o prêmio de “Melhor Agência de *Live Marketing* do Ano”, será premiada a agência que possuir mais prêmios OURO. Persistindo o empate, será premiada a agência que possuir mais prêmios PRATA. Caso ainda assim persista o empate, será premiada a agência que possuir mais prêmios BRONZE. Não sendo possível o desempate utilizando-se desses critérios, caberá ao Júri, presidido pelos Presidentes de Júri, por maioria simples dos jurados, decidir pela agência vencedora. Em último caso, se os presidentes de Júri tiverem envolvimento com a campanha, uma comissão técnica

especial, composta por jurados, será convocada para definir.

2.4.4.3. Os ganhadores dos prêmios OURO, PRATA e BRONZE, conforme o critério de avaliação descrito na seção 7. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO deste Regulamento, serão revelados somente na cerimônia de premiação.

2.4.4.4. A Agência vencedora do Prêmio “Melhor Agência do Ano 2024” será responsável pelo desenvolvimento de campanha de divulgação, composta por conceito, identidade visual, plano de divulgação e plano do evento de premiação da próxima edição do Prêmio AMPRO Awards, conforme *briefing* designado pelo corpo diretivo da AMPRO. O trabalho de concepção, criação e planejamento deverá ser *pro bono*, sem qualquer remuneração para a agência.

2.5. As inscrições dos cases para a **AMPRO Awards 2024** poderão ser realizadas a partir das **20h** do dia **08 de julho**, **encerrando-se às 12h (meio-dia) do dia 02 de setembro de 2024** (“Prazo das Inscrições”) e deverão ser feitas exclusivamente pelo **hotsite do AMPRO Awards** ([www.amproawards.com.br](http://www.amproawards.com.br)).

### 3. REQUISITOS DOS CASES PARA INSCRIÇÃO NO AMPRO AWARDS 2024

3.1. Somente poderão ser inscritos no **AMPRO Awards 2024** os cases que tiverem sido implementados entre **01 de janeiro de 2023 e 08 de julho de 2024** (inclusive), independentemente do período despendido para sua criação, concepção e/ou preparação. Se o case for de longa duração, os resultados precisam ser inclusos no calendário do ano vigente ao período de inscrições do prêmio.

3.1.1. Uma vez preenchida a inscrição e **pressionada a tecla “Salvar”**, o cadastramento será considerado concluído. Será possível a edição das informações do case inscrito **até a data-limite do Prazo das Inscrições**.

3.2. A inscrição deverá ser realizada individualmente para cada case e categoria e será composta, **obrigatoriamente**, das seguintes informações e documentos, bem como conforme detalhado no Anexo 3 – Documentos de Inscrição:

- (i) Ficha de inscrição
- (ii) Cartão do CNPJ
- (iii) Dados da campanha/case
- (iv) Prancha Resumo
- (v) *Vídeo case*
- (vi) Defesa do Case
- (vii) Defesa do case – *GRAND PRIX ESG* (caso a agência opte por concorrer também nessa categoria/vertical)

3.2.1. Um mesmo case poderá ser inscrito simultaneamente em diversas categorias, não havendo qualquer limitação relacionada à quantidade de categorias para inscrição de um mesmo case. No processo de inscrição, a agência poderá inscrever o mesmo case (defesa do case, prancha, *videocase*) em mais de uma categoria simultaneamente, acessando no menu do sistema de inscrição “Listar Cases” e selecionando a opção de “Duplicar Case” podendo editar os campos que achar necessário.

## 4. INSCRIÇÃO

4.1. Uma inscrição só será considerada confirmada pela AMPRO como participante do **AMPRO Awards 2024** mediante realização do pagamento **da taxa de inscrição**.

4.1.1. A taxa de inscrição poderá ser paga de acordo com as condições, meios e prazos disponíveis no site de inscrição: aconselha-se que o pagamento da taxa de inscrição seja feito logo após o recebimento do boleto ou a conclusão do respectivo cadastramento.

4.1.2. **É possível realizar a inscrição do case e efetuar o pagamento na sequência, garantindo a inscrição e ainda seguir editando as informações do case até a data-limite do Prazo das Inscrições.**

4.2. Os valores abaixo contemplam a inscrição individual de cada case no **AMPRO Awards 2024** em cada uma das categorias que seja inscrito e que deverá ser pago dentro do prazo de vencimento e do prazo determinado para o período de inscrição, conforme disposto neste regulamento.

| INTERVALOS        | (VALOR POR CASE)   | (VALOR POR CASE)       |
|-------------------|--------------------|------------------------|
|                   | ASSOCIADO<br>AMPRO | NÃO ASSOCIADO<br>AMPRO |
| até 5 cases       | R\$ 475,00         | R\$ 660,00             |
| de 6 até 10 cases | R\$ 450,00         | R\$ 625,00             |
| acima de 11 cases | R\$ 430,00         | R\$ 595,00             |

4.2.1. OBS: Para obter o desconto, conforme consta em tabela acima, o responsável pela inscrição deverá selecionar a quantidade de cases que deseja inscrever e realizar o pagamento na plataforma de inscrição.

4.2.2. As agências associadas respondentes da pesquisa de “pulso AMPRO 2024” farão jus a 5% (cinco por cento) de desconto na primeira inscrição de um case.

4.2.3. Agências que estejam inscritas por intermédio de seus funcionários na C.e.G.e Programa de Certificação para Gestores de Eventos do Brasil 2024, terão 5% (cinco por cento) de desconto na primeira inscrição de um case.

4.2.4. Os descontos mencionados acima não são cumulativos. Se sua empresa for elegível para ambas as políticas de desconto (Pulso AMPRO e C.e.G.e.), considere um desconto de 5%, aplicável apenas à primeira inscrição.

4.2.5. Cada case finalista, em uma ou mais categorias, pagará seus respectivos valores em inscrição e *shortlist*.

4.2.6. Os valores abaixo contemplam o custo adicional da inscrição de cada case classificado na *shortlist* do **AMPRO Awards 2024**:

4.2.7. **Cases inscritos no penúltimo e último dia de inscrição, o pagamento deverá ser efetuado no mesmo dia.**

| SHORTLIST<br>(VALOR POR CASE) | ASSOCIADO<br>AMPRO | NÃO ASSOCIADO<br>AMPRO |
|-------------------------------|--------------------|------------------------|
|                               | R\$ 525,00         | R\$ 715,00             |

Todas as inscrições deverão obrigatoriamente ocorrer no **AMPRO Awards 2024** e os cases declarados classificados para a *shortlist* estarão automaticamente inscritos, devendo a agência efetuar o pagamento de taxa de inscrição complementar, conforme estipulado acima, para confirmação de sua inscrição, sob pena de desclassificação de

não participar do **AMPRO Awards 2024**.

4.2.8. Os participantes classificados para a *shortlist* serão notificados pela plataforma de inscrição e por e-mail para recolhimento da taxa de inscrição complementar, que deverá ser paga exclusivamente por meio da plataforma de inscrição no período de 19 a 22 de novembro de 2024. Nenhum *case* classificado na *shortlist* será considerado oficialmente inscrito no AMPRO Awards 2024, até que o pagamento da taxa de inscrição adicional seja realizado.

4.2.9. A taxa de inscrição complementar, deverá ser paga entre as opções, meios e prazos disponíveis no site de inscrição.

4.3. Somente serão aceitas inscrições que atenderem às condições definidas neste *Regulamento*, sob pena de desclassificação.

4.3.1. A conclusão, validação e/ou confirmação da inscrição da agência ou *case* não impede, impossibilita ou afasta a possibilidade de desclassificação futura da agência ou do *case*, em caso de constatação posterior de eventual cumprimento parcial ou irregular e/ou descumprimento de quaisquer das disposições deste Regulamento, ainda que tal infração tenha ocorrido em momento anterior ao período de inscrição e/ou que tal infração tenha sido constatada em momento posterior à eventual premiação.

4.3.2. **Nenhum valor de inscrição pago será devolvido em caso de desclassificação da agência ou do case concorrente por qualquer questão disposta neste regulamento ou, ainda, por desistência da agência.**

## 5. ITENS DESCLASSIFICATÓRIOS

5.1. Sem prejuízo de outras hipóteses previstas no presente Regulamento, são critérios **desclassificatórios**:

5.1.1. A inscrição de *cases* de agências que *apresentem* indícios e/ou provas de implementação fora do período aqui estabelecido item 3. Se o *case* for de longa duração, os resultados precisam ser inclusos no calendário do ano vigente ao período de inscrições do prêmio.

5.1.2. A identificação da agência em qualquer item e/ou documento do *case* (inclusive nas pranchas, *vídeo cases*, uniformes da equipe de produção etc.), seja por nome, logotipo, sigla ou qualquer outro componente relacionado, é proibida. Apenas o Formulário de inscrição online deverá conter dados que identifiquem a agência, os quais devem ser inseridos nos campos destinados a esta finalidade.

(i) Entende-se por "identificação" qualquer sinal distintivo capaz de identificar a agência, tais como logotipo, logomarca, menção do nome, sigla, nome dos arquivos submetidos na plataforma de inscrição ou qualquer outra alusão que remeta à agência participante.

(ii) Para garantir a imparcialidade no julgamento, **na ficha de inscrição da agência** deverão conter dados que identifiquem a agência, os quais devem ser inseridos devidamente nos campos destinados a esta finalidade. **Fica expressamente proibida** a identificação da agência responsável pelo *case* inscrito em qualquer um dos itens acima mencionados ou, ainda no material visual (prancha e *vídeo case*).

(iii) Caso o **case seja proprietário**, excepcionalmente, poderá haver a menção ao nome da agência no material apresentado (*vídeo case*, prancha e defesas do *case*) quando esses disserem respeito a casos em que a agência figure como própria anunciante do *case*, sem qualquer envolvimento de clientes terceiros (projetos proprietários). **É necessário selecionar o menu**

### **“Case proprietário” que consta disponível no sistema.**

5.1.3. Cases inscritos que não preencham todos os requisitos contidos no Regulamento, em especial:

- (i) Os cases que contenham arquivos digitais ilegíveis, corrompidos ou inseridos em formato diferente daquele estabelecido neste regulamento; ou
- (ii) Não apresentar os pontos conexos e motivos que justificariam o enquadramento e participação do case naquela determinada categoria;
- (iii) Cases que tiverem arquivos ou vídeos em desacordo com a forma e formatos especificados neste Regulamento;
- (iv) Inscrições não concluídas ou feitas fora do período de inscrição e inscrições não pagas ou pagas fora do prazo de vencimento do boleto emitido.

## **6. JULGAMENTO E COMISSÃO JULGADORA**

6.1. Finalizado o Prazo das Inscrições, terá início o julgamento dos cases inscritos pelos jurados do **AMPRO Awards 2024**, conforme procedimento estabelecido no Anexo 4 – Julgamento.

6.1.1. Os 05 (cinco) cases que obtiverem as melhores notas e compuserem a *shortlist* serão considerados finalistas de sua categoria, podendo vir a receber, a critério dos jurados, troféus “OURO”, “PRATA”, “BRONZE” e “CERTIFICADO *SHORTLIST*” (para os melhores colocados).

6.2. A premiação dos cases por categorias, bem como a escolha do Melhor Case por vertical, *Grand Prix* Criatividade, *Grand Prix* ESG e Agência do Ano, contará com uma Comissão Julgadora composta por membros jurados (“**Júris**”). Os Júris serão presididos por Presidentes do Júri.

6.2.1. **Presidentes do Júri** serão profissionais indicados pelo Conselho da AMPRO e validadas pela Diretoria AMPRO, sendo, no mínimo, 2 (dois) Presidentes do Júri para todas as 4 (quatro) verticais de atuação de categorias sinalizadas no item 2, sem direito a voto durante as 3 etapas de julgamento. Sua principal função—será a de prover direcionamentos aos jurados. Em situações de empates no AMPRO Awards 2024. Caberá aos Presidentes do Júri a decisão final de desempate. Salvo exceções que, a decisão de Melhor Case por vertical, *Grand Prix* Criatividade, *Grand Prix* ESG junto com Diretoria Setorial ESG AMPRO, serão dos Presidentes do Júri.

6.2.2. **Júris:** A avaliação e julgamento dos cases será feita por um júri específico. O Júri será composto por profissionais atuantes em cada uma das categorias no mercado nacional e internacional de Comunicação e *Marketing* das seguintes áreas:

- (i) Profissionais atuantes na área de comunicação e marketing (Agências, consultorias, representantes de anunciantes).
- (ii) Docentes de cursos de comunicação e *marketing*, pertencentes a Instituições de Ensino.
- (iii) Jornalistas de comunicação e *marketing*, com vivência em *Live Marketing*.
- (iv) Representantes de Associações ligadas ao universo de Comunicação e *Marketing* nacionais e de entidades na América Latina.
- (v) Personalidades ligadas a grupos representativos da sociedade.

6.3. Os critérios para indicação e escolha dos profissionais integrantes dos Júris são:

- (i) Conhecimento técnico e atualizado, capacidade de avaliação imparcial e objetiva, critérios de avaliação claros e consistentes, confidencialidade e ética e desejável experiência em premiações no setor.



- (ii) Equidade de gênero entre juradas e jurados.
- (iii) Verticalidade racial.
- (iv) Equidade Geracional - *New blood* (jovens profissionais de destaque no mercado) *Silver Generation* (profissionais veteranos experientes e de destaque no mercado)
- (v) Diversidade territorial - Representantes de várias regiões do Brasil e do Exterior.

6.3.1. Interessados em participar do Júri do AMPRO Awards 2024, poderão candidatar-se a fazer parte do júri através de formulário que será disponibilizado no site da premiação <https://bit.ly/candidaturajuri24> a partir de 23/07 até 09/08/2024 às 23h59. Caberá à organização do Prêmio a avaliação e escolha dos candidatos.

6.3.2. Os jurados integrantes de um Júri não terão o direito de votar em seus próprios trabalhos ou em quaisquer nos quais demonstram interesses adquiridos, sendo casos como este isolados já no próprio sistema de votação e acompanhados pelo Presidente do Júri e pela auditoria.

6.3.3. Será permitida a participação no Júri de apenas 1 (um) membro por agência do mesmo território.

6.4. Os cases premiados, Melhor Case por vertical, *Grand Prix*, *Grand Prix ESG* e Agência do Ano, serão conhecidos no evento de premiação.

## 7. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

7.1. Os cases inscritos serão avaliados com base nos seguintes critérios:

(i) Conceito Criativo/Ideia: destaca a importância de um conceito original e impactante como base para um case de sucesso. Procurar identificar a ideia pela efetividade para que os objetivos sejam alcançados, lastreado em inovação (quando houver), exclusividade, e insights. **PESO 3**

(ii) Estratégia: qual estratégia para alcançar os objetivos/indicadores (*KPIs*)? A estratégia foi pensada para marca e/ou consumidor? O que foi identificado durante a implantação da campanha e como essas informações compuseram na estratégia? Serão consideradas informações como: contexto, definição de objetivos, adequação, e qualidade do pensamento e aplicação da estratégia. **PESO 1**

(iii) Execução: é o encontro na prática de como estratégia e ideia são implementados. A qualidade da execução é fundamental para garantir o sucesso de um case. Este critério considera aspectos como eficácia da implementação, a implementação, a atenção aos detalhes e a capacidade de entrega dentro dos prazos e orçamentos estabelecidos. Detalhes como: a) houve inovação; b) desenvolvimento de itens para realização? c) houve aplicação/uso de implementação de itens que atendem aos requisitos de *ESG*; **PESO 2**

(iv) Resultados – Dados quantitativos e de impacto: É essencial que um case apresente resultados tangíveis e mensuráveis. Este critério não se limita a números, mas avalia o impacto real do projeto, como: engajamento do público, aumento das vendas ou mudanças no comportamento do consumidor. Além de medir o alcance e a profundidade do impacto do case, este critério analisa a capacidade de mudanças e impactos positivos no ambiente em que atua. **PESO 1**



7.1.1. O júri do AMPRO Awards 2024 considerará o desempenho da ação, em relação aos objetivos estabelecidos.

7.2. Cada critério deverá ser avaliado pelos membros do Júri, que atribuirão notas compatíveis com o respectivo conceito, a saber:

| NOTAS             | CONCEITO |
|-------------------|----------|
| Notas entre 7 – 9 | Ótimo    |
| Notas entre 4 - 6 | Bom      |
| Notas entre 1 - 3 | Regular  |

7.3. Todas as categorias seguirão os critérios de avaliação, definidos abaixo, de modo que tais pesos serão levados em consideração para apuração dos resultados, conforme tabela de cálculo validada por auditor independente.

7.4. O julgamento ocorrerá nas seguintes datas:

(i) AMPRO Awards 2024 (Etapa Eliminatória - online e individual) - entre 19 e 30 de setembro de 2024;

(ii) AMPRO Awards 2024 (Etapa *Longlist* – online e individual) - entre 07 e 16 de outubro de 2024;

(iii) AMPRO Awards 2024 (Etapa Decisão *Shortlist* e Premiados + votações: Melhor case por vertical, *Grand Prix* Criatividade, *Grand Prix* ESG– online, ao vivo, em grupos) - entre 30 de outubro e 05 de novembro de 2024;

(iv) AMPRO Awards 2024 (Decisão Presidentes do Júri): Melhor case por vertical, *Grand Prix* Criatividade, *Grand Prix* ESG – entre 06 e 07 de novembro de 2024;

7.5. A lista de *shortlist* e premiados terá apuração e validação pelos Presidentes do Júri, comissão organizadora e auditor independente.

7.6. A divulgação da *shortlist* com os 5 (cinco) cases mais bem colocados na premiação de cada categoria será feita no dia **19 de novembro de 2024** no hot site do **AMPRO Awards 2024** e demais canais de comunicação da AMPRO e do AMPRO Awards 2024.

7.7. Todo processo do AMPRO Awards 2024, será acompanhado por um auditor independente.

7.8. Em caso de empate na premiação, caberá a decisão aos Presidentes do Júri. Caso houver conflito de interesse dos Jurados (cases de suas agências como *shortlist*), será montada uma comissão composta por jurados + comissão organizadora que não tem envolvimento com o case.

7.9. A decisão do Júri é soberana e não estará sujeita, em hipótese alguma, a recursos ou qualquer outro procedimento similar.

## 8. EVENTO DE PREMIAÇÃO

8.1. Os vencedores do **AMPRO Awards 2024**, serão divulgados na cerimônia de premiação, que será realizada na cidade de São Paulo, **no dia 26 de novembro de 2024 (a confirmar local)**, bem como nos canais da AMPRO e do **AMPRO Awards 2024**.

8.1.1. Os detalhes do evento, bem como da aquisição de convites, serão divulgados oportunamente no site do **AMPRO Awards** e nos canais já mencionados neste Regulamento.

## 9. CONSIDERAÇÕES GERAIS

9.1. Para informações adicionais ou esclarecimentos, procurar a AMPRO pelo telefone e WhatsApp: 11 97502 2774 ou pelo e-mail [ampro@amproawards.com.br](mailto:ampro@amproawards.com.br), de 2º a 6ª feira, das 9h às 18h.

9.2. As agências participantes do **AMPRO Awards 2024**, concederão à AMPRO o direito de publicar e divulgar, por meio do aceite ao presente regulamento, os cases inscritos e seu respectivo conteúdo e nome da agência e cliente. Em ambos os casos, sem qualquer pagamento aos anunciantes ou à agência e sem necessidade de uma autorização exclusiva e/ou específica.

9.2.1. As agências participantes declaram e garantem, neste ato, que possuem a devida autorização de seus clientes para realizar a inscrição do case no **AMPRO Awards 2024**.

9.2.2. Ao realizar a inscrição do(s) case(s) no **AMPRO Awards 2024**, a agência participante declara e garante, também, que ela e seu cliente estão cientes de que as informações, imagens e vídeos (em conjunto “Material”) depositados no ato da inscrição pela agência responsável, a exemplo da ficha técnica, prancha e vídeo case, poderão ser utilizados, publicados e/ou veiculados, pela AMPRO, para os fins (i) de divulgação do AMPRO Awards; e (ii) divulgação da premiação e de seu resultado posterior, sem que isso configure ou seja interpretado como inobservância, desrespeito, violação ou descumprimento de qualquer obrigação de sigilo/confidencialidade por parte da AMPRO, decorrentes da utilização e divulgação do material, ou mesmo de sua repercussão em qualquer mídia.

9.2.3. A utilização e/ou divulgação do material pela AMPRO poderá ser realizada, desde que no contexto do **AMPRO Awards 2024**, em qualquer território, nacional e/ou internacional, em qualquer mídia – a ser definida conforme as estratégias de divulgação da AMPRO, incluindo, mas não se limitando, ao site da AMPRO e do **AMPRO Awards**, bem como mídias sociais da AMPRO (Youtube, Facebook, LinkedIn e Instagram).

9.2.4. Se houver utilização dos materiais em ambiente de internet (tais como, por exemplo, site da AMPRO e/ou do **AMPRO Awards**), a agência reconhece que estes poderão ser visualizados, capturados ou mesmo alterados, de qualquer forma e para quaisquer finalidades, por terceiros, sem qualquer ingerência e/ou responsabilidade da AMPRO. Por essa razão, a AMPRO não poderá ser responsabilizada por tais utilizações ocorridas sem a sua atuação direta e dolosa, durante o período de realização do **AMPRO Awards 2024** ou após o seu término.

9.3. Todas as inscrições serão de propriedade física da AMPRO imediatamente após suas confirmações como inscritas, ficando subentendido que as agências e os respectivos clientes dos cases inscritos concordam inteiramente com essa condição. Não há responsabilidade por perda ou dano dos arquivos, em qualquer hipótese.

9.4. Se qualquer ação, reclamação, inquérito policial, investigação ou outro processo judicial ou administrativo (seja de natureza fiscal, civil, trabalhista ou qualquer outra) envolver a AMPRO, em relação a qualquer fato ou ato relacionado ao case inscrito, a agência participante deverá tomar todas as medidas possíveis para excluir a AMPRO de tal ação, reclamação, inquérito, investigação ou processo.

9.4.1. Caso a AMPRO incorra em qualquer despesa, custo, responsabilidade, perda, ou dano com relação a referidas ações, reclamações, inquéritos, investigações ou

processos, a agência participante deverá ressarcir e/ou reembolsar (mediante apresentação dos comprovantes de pagamento) o montante total pago ou devido pela AMPRO, inclusive os custos processuais e honorários advocatícios da AMPRO, independentemente de efetiva condenação.

9.5. A agência participante será responsabilizada por todos os danos causados à AMPRO ou a terceiros decorrentes de sua conduta durante a participação no **AMPRO Awards 2024**.

9.6. Se por qualquer motivo, alheio à vontade e controle da AMPRO, não for possível conduzir o **AMPRO Awards 2024** conforme o planejado, poderá a AMPRO finalizá-la antecipadamente, mediante aviso aos participantes. Caso o **AMPRO Awards 2024** tenha seu término antecipado, a AMPRO avisará ao público e aos participantes sobre tal fato por meio dos mesmos meios utilizados para sua divulgação.

9.7. A mera participação implicará na completa aceitação das condições deste Regulamento.

9.8. A AMPRO não se responsabiliza por participações que não se realizem por falhas técnicas, como por exemplo, mas não se limitando a problemas no servidor, na transmissão de dados, nas linhas telefônicas, nos provedores de acesso, por falta de energia elétrica ou quaisquer outros motivos que configurem força maior.

9.9. A AMPRO poderá, a seu exclusivo critério, alterar qualquer disposição deste Regulamento, incluindo, sem limitação, o período e procedimentos necessários para as inscrições de cases no **AMPRO Awards 2024**. Eventuais novas datas e requisitos serão disponibilizados no hot site do AMPRO Awards no Portal da AMPRO ([www.ampro.com.br](http://www.ampro.com.br)) e nos canais oficiais da AMPRO no Facebook (<https://www.facebook.com/amprooficial>); LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/amprooficial>) e Instagram (<https://www.instagram.com/amprooficial/>).

9.10. Quaisquer casos omissos deste instrumento ou dúvidas suscitadas pelos Participantes serão resolvidos pela comissão organizadora do evento, Diretoria Executiva da AMPRO que determinará de maneira soberana, irrecorrível e final a solução para cada caso ou responderá à questão suscitada.

## 10. DO USO DE DADOS E PRIVACIDADE

10.1. A AMPRO esclarece que os dados obtidos em razão do **AMPRO Awards 2024** serão utilizados apenas nos limites acima indicados e nos casos em que houver consentimento das agências participantes e dos jurados.

10.2. As agências participantes (incluindo os respectivos clientes) e os jurados estão cientes que, ao participar do **AMPRO Awards 2024**, os dados pessoais apresentados por ocasião da sua participação serão tratados pela AMPRO, incluindo o compartilhamento com os fornecedores necessários e parceiros envolvidos no desenvolvimento e execução do **AMPRO Awards 2024**, para as finalidades de desenvolvimento, implementação do **AMPRO Awards 2024**, entrega de premiação, divulgação dos resultados e quaisquer outras atividades necessárias para execução do **AMPRO Awards 2024**.

10.3. As agências participantes e os jurados que não concordarem com o tratamento dos seus dados pessoais para as finalidades descritas neste Regulamento ou optarem por revogar a sua concordância, não deverão participar do **AMPRO Awards 2024**.

10.4. Adicionalmente, no momento do cadastro para participação, as agências participantes e os jurados que assim concordarem, poderão ainda receber informativos futuros sobre premiações, programas, campanhas, ações e promoções em geral ou ofertas de produtos ou serviços da AMPRO, inclusive para fins publicitários em geral, conforme previsto em sua Política de Privacidade. O *opt in* relativo à manifestação do interesse em receber referidas comunicações é facultativo e não impede a participação de interessados que eventualmente não desejem receber referidas comunicações. Ademais, as agências participantes e os jurados poderão, a qualquer tempo, exercer seus direitos

legalmente previstos, em especial, a opção de revogar o seu consentimento (*opt out*), mediante a solicitação por e-mail para [ampro@amproawards.com.br](mailto:ampro@amproawards.com.br).

## ANEXO 1 – DESCRIÇÃO DAS CATEGORIAS

### A) **BUSINESS:**

#### 1. **TRANSFORMAÇÃO CRIATIVA DE NEGÓCIOS:**

Categoria que leva à criação de novos serviços e/ou produtos em quaisquer segmentos e tamanho das empresas anunciantes. O importante é mostrar como as mudanças na campanha ou ação, demonstram impactos transformadores e positivos, com o uso de ações de *live marketing*.

#### 2. **MELHOR CONSTRUÇÃO DE MARCA:**

Campanha ou ação que contribui na construção ou consolidação de imagem, para reforçar o posicionamento da marca, utilizando essencialmente ferramentas de *live marketing*. Caso o case tenha mídia (paga e/ou orgânica), descrever a estratégia e resultados.

#### 3. **MELHOR LANÇAMENTO DE PRODUTO OU SERVIÇO:**

Campanhas ou ações de *live marketing*, para lançamento ou relançamento de produto ou serviço, com objetivo de alcançar e engajar o consumidor final.

#### 4. **MELHOR CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA:**

campanhas ou ações integradas, que apresentem no mínimo 3 (três) ferramentas de *live marketing*(\*), com resultados comprovados. Caso a campanha seja recorrente, demonstrar os resultados do ano anterior.

#### 5. **MELHOR CAMPANHA PARA ONGs E ENTIDADES PÚBLICAS:**

campanhas ou ações de ONGs e Entidades Públicas, com ferramentas de *live marketing* para promover suas causas, aumentar a conscientização pública, engajar a comunidade e gerar suporte significativo para suas missões.

### B) **CONSUMER:**

#### 6. **MELHOR IDEIA OU CONCEITO:**

Campanha ou ação implementada com uma ou mais ferramentas de *live marketing*. Caso o design tenha sido baseado em um conceito exclusivo, considerar nesta categoria.

#### 7. **MELHOR EXPERIÊNCIA DE MARCA – EVENTOS OU ATIVAÇÕES:**

Válido para: evento, *road shows*, exposições, ativações de marca, festivais, que entrega as melhores experiências da marca com o público final.

#### 8. **MELHOR EVENTO PRESENCIAL, VIRTUAL OU HÍBRIDO:**

Eventos ou ativações que ofereceram experiências memoráveis ao público final.

#### 9. **MELHOR PROMOÇÃO COMERCIAL:**

Campanha de distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso, a título de propaganda que foram autorizadas nos termos da regulamentação aplicável com objetivos de: alavancar a venda de produtos ou serviços; melhoria de imagem de marca e outras estratégias. São consideradas campanhas autorizadas: sorteios, concursos, vale-brindes, operações assemelhadas.

**10. MELHOR CAMPANHA COMERCIAL:**

Campanha comercial que não necessita de aprovação governamental para realização, tais como, mas não se limitando a, “fez -ganhou”, com objetivos de: alavancar a venda de produtos ou serviços; melhoria de imagem de marca e outras estratégias.

**11. MELHOR AÇÃO DE BAIXO CUSTO (inferior a 100K):**

Campanha ou ação de *live marketing*, executada com verba comprovada até R\$ 100.000,00 e que conseguiram atingir os objetivos do *briefing*.

**c) CONTENT:**

**12. MELHOR AÇÃO DE ENTRETENIMENTO:**

Campanha ou ação com ferramentas de *live marketing* com uso do entretenimento (exemplos: arte, música, show, esporte, recreação) e que geraram resultados - qualitativos ou quantitativos. Pode ser presencial, digital ou híbrido, utilizando os meios áudio visual, TV, *streaming*, rádio, internet, *games*, cinema, *podcast*, *vídeocast* ou outros.

**13. MELHOR AÇÃO DE *BRANDED CONTENT*, *SOCIAL*, *INFLUENCER* E/OU *PR***

Campanha ou ação de *branded content*, *social*, *influencer* ou *PR* (as ferramentas podem ter sido usadas juntas ou separadas) que utilizaram o *live marketing* para promover marcas, produtos ou serviços, aplicados em ambientes como filmes, músicas, esportes, *games*, *lifestyle* e *crowdsourcing*.

**14. MELHOR ATIVAÇÃO DE PATROCÍNIO**

Campanhas ou ações de patrocínio, com objetivo de promover a marca, produto ou serviço (exemplos: eventos, ativações, promoções, ações de incentivo), que usaram ferramentas de comunicação e outros meios (digital, TV, *podcast* etc.).

**d) TRADE:**

**15. MELHOR CAMPANHA DE INCENTIVO:**

Programas motivacionais e/ou de relacionamento voltados para público final interno como: colaboradores, equipes e revendas, utilizando tecnologia e outras ferramentas de *marketing* de incentivo, para estimular, motivar e engajar esse público para aumentar a produtividade e superar resultados de produtos ou serviços, conforme o contexto da empresa, sem envolver público final.

**16. MELHOR EXECUÇÃO DE *TRADE MARKETING* - ACIMA DE 6 MESES:**

Campanhas ou programas de execução *in store* (mais de 6 meses de contrato) como: soluções para estratégia de atendimento aos PDVS, setorização e roteirização, tecnologias e inovação integradas ao projeto, soluções para gerenciamento e produtividade, gestão da execução/loja perfeita, coleta de dados e *BI* para *trade marketing*, execução no físico e digital (*off e on*), treinamentos e capacitação contínua.

#### 17. MELHOR EXECUÇÃO DE *TRADE MARKETING* - ATÉ 6 MESES:

Campanhas ou programas de execução *in store* (até 6 meses de contrato) como: soluções para estratégia de atendimento aos PDVS, setorização e roteirização, tecnologias e inovação integradas ao projeto, soluções para gerenciamento e produtividade, gestão da execução/loja perfeita, coleta de dados e *BI* para *trade marketing*, execução no físico e digital (*off e on*), treinamentos e capacitação contínua.

#### 18. MELHOR CAMPANHA DE *TRADE MARKETING* (MULTICANAIS):

Campanha de *trade* com ambientação de PDV, impulsionamento de *sell out*, exposição impactante de MPDVs, ativação de calendário promocional (datas especiais), promoção de vendas no PDV, *on trade*, geração de experiências da marca e produtos com o público final/*shopper*.

#### 19. MELHOR CAMPANHA DE VENDAS OU FIDELIDADE DE MARCA:

Campanhas ou ações que aumentaram vendas ou fidelizaram o público final no PDV (*on ou offline*), usando uma ou mais ferramentas do *live marketing*.

#### 20. MELHOR CAMPANHA *B2B*

Campanhas ou ações de empresas para empresas, com uso de ferramentas de *live marketing*<sup>1</sup>, que não incluem o público final.

**E) GRAND PRIX ESG - AMPRO Awards 2024:** O conceito *ESG* (*Environmental, Social, Governance*) está cada vez mais relevante, impulsionando as marcas a adotarem comportamentos e estratégias de comunicação e *marketing* alinhados com seus princípios.

---

<sup>1</sup> **Live Marketing:** Estratégia de *marketing*, que busca criar experiências interativas e imersivas para o público-alvo em tempo real. O objetivo é criar conexão emocional entre a marca e o público, gerando reconhecimento e impulsionando as vendas. As experiências ao vivo são altamente compartilháveis no ambiente digital e podem ajudar a gerar alcance orgânico para a marca.

- **eventos, ativações, pontos de venda, feiras e congressos:** que estimulam a aquisição de produtos e serviços por meio de uma abordagem mais direta (contato próximo entre produto e consumidor);
- **Marketing de incentivo:** campanhas para premiar os participantes que se fidelizaram à marca, produtos e serviços;
- **distribuição/apresentação de:** produtos, ofertas e brindes, nas mais diversas ocasiões (festas, feiras, pontos de venda etc.);
- **promoções e concursos:** (comerciais) - para incentivar as vendas e aumentar a visibilidade da marca. Essas ações podem incluir descontos, brindes, sorteios, concursos, amostras grátis, entre outras formas de incentivo para estimular a compra e a fidelização dos clientes.



Esta premiação busca reconhecer ações ou campanhas de iniciativas que utilizaram o Live *Marketing* para impactar positivamente atividades ambientais, sociais (incluindo assistência, educação, emergências e responsabilidade corporativa), e iniciativas de arrecadação de fundos. Além disso, serão avaliadas ações que promoveram a inclusão social, a equidade de gênero e combateram qualquer forma de preconceito, conforme descrito neste regulamento e identificado pelas questões nas respectivas categorias.

## ANEXO 2 – QUESTIONÁRIO ESG

A agência também poderá, por sua livre e espontânea decisão, responder ao **questionário da ESG (perguntas abertas e *checkbox*)**, caso identifique que seu *case* se enquadra em alguma(s) ou todas das questões gerais apresentadas no formulário.

(i) As respostas aos itens para participação do **GRAND PRIX ESG** deverão ser limitadas a **1.000 (Hum mil) caracteres** para cada pergunta/defesa, nos casos de perguntas abertas.

(ii) A pergunta Resumo: Por que essa ação/campanha merece vencer o **GRAND PRIX ESG AMPRO 2024**? A pergunta constará em todas as categorias.

### 1. Impacto Ambiental:

- Descreva o *briefing* inicial e como a ação/campanha contribuiu para a sustentabilidade ambiental.
- Medição do Impacto Ambiental:
- Como foi medido o impacto ambiental? Inclua métricas e resultados obtidos, se disponíveis. Informe se houve consultoria em ESG.

### 2. Impacto Social:

- Quais foram os principais benefícios sociais gerados pela ação/campanha?
- Engajamento Social:
- A ação/campanha envolveu e beneficiou comunidades ou grupos específicos? Se sim, descreva quais, os desdobramentos e resultados, se disponíveis.

### 3. Inclusão e Diversidade:

- A ação/campanha promoveu algum tipo de inclusão e representatividade? Caso afirmativo descreva quais foram os desdobramentos e resultados (se disponíveis).

### 4. Práticas de Governança:

- Quais práticas de governança foram implementadas durante a ação/campanha?
- Transparência e Ética:
- Como foram garantidas a transparência e a ética na execução da ação/campanha?

### 5. Resultados e Méritos ESG (Resultados Gerais):

- Descreva os principais resultados alcançados em termos de ESG.

### 6. Reconhecimento e Mérito:

- Por que essa ação/campanha merece reconhecimento pelo seu impacto em ESG? Esta pergunta também pode ser respondida, no campo “Por que essa ação/campanha merece vencer o **GRAND PRIX ESG AMPRO 2024**?”

### 7. Melhores práticas:

- Qual o prazo de pagamento do cliente desta ação?

- Este projeto foi adquirido por meio de concorrência/licitação ou é cliente de *fee*? Se foi por licitação/concorrência, quantas agências participaram do processo?
- Se o *ESG* for uma prioridade para o cliente, fornecer um resumo.
- Esse cliente recebeu premiações e reconhecimentos em *ESG*? Mencione até 3

## 8. Documento complementar (não obrigatório):

- Relatório socioambiental do projeto (e do cliente também) no formato PDF até 20 MB.

### **CHECKBOX ESG:**

#### Universo "E" (Ambiental)

##### ALIMENTOS E BEBIDAS \*

|   | Sim                   | Não                   |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Prioriza produtos locais                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Higiene adequada de alimentos e bebidas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Processo para prevenção de desperdício  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

##### EMBALAGENS \*

|                              | +30%                  | +60%                  | +90%                  |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Reaproveitáveis              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Reciclados ou biodegradáveis | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Recicláveis                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

##### MATERIAIS de MONTAGEM e CENOGRAFIA

|   | +30%                  | +60%                  | +90%                  |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Origem dos materiais utilizados (produtos locais) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Reutilizáveis ou alugados na montagem             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uso recicláveis/reciclados                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

##### MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO \*

|   | +30%                  | +60%                  | +90%                  |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Material de Divulgação digital  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Materiais de comunicação (panfletos, banners, lonas e displays) biodegradáveis, reciclados e livre de plásticos                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Materiais impressos – gráficas e papel com certificação FSC e certificações ambientais, e impressão dos 2 lados sempre que possível | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**RESÍDUOS \***

|  | Sim                   | Não                   |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Gestão responsável de destinação de resíduos / zero lixo           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Coletores identificados para tipo de resíduos                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Relatório da quantidade de resíduos coletados por tipo             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gestão de resíduos da montagem, desmontagem e cenografia separados | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**ENERGIA \***

|   | Sim                   | Não                   |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Consumo de energia medido em todas as etapas com evidências (montagem, realização e desmontagem?) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Existem medidas para reduzir o consumo de energia (Luz natural, lâmpadas de LED, e outros)        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uso de geradores? (Diesel, gás, baterias?)  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**ÁGUA \***

|  | Sim                   | Não                   |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Consumo de água medido em todas as etapas (montagem, realização e desmontagem?)  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Existência de equipamentos limitadores de vazão e comunicação visando ao uso racional da água (banheiros possuem torneiras com fechamento automático, vasos sanitários possuem a opção de dois fluxos de água para descarga) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Alguma forma de reuso existente (limpeza de banheiros com água da chuva)   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**EMISSÕES DE CO2 e GEE \***

|  | Sim                   | Não                   |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Quantificação e neutralização realizadas por empresas terceirizadas certificadas | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**Universo "S" (Social)**

Gestão de pessoas (do local do evento/ do organizador/ dos terceiros/ do público)

|                                     | Sim                   | Não                   |
|-------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Seleção sem vieses                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Manual de ética e conduta           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Política e treinamento anti-assédio | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Relações entre contratantes e contratados \*

MELHORES PRÁTICAS AMPRO

|  | Sim                   | Não                   |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Concorrências por contas ou contratos longos, mínimo de 12 meses (máx 3 agências, remuneradas se houver trabalho criativo, prazo min 15 dias, briefing transparente) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Relatório do evento com impacto social e ambiental   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pagamentos conforme Tabela Referencial Ampro   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Se necessário, as respostas de Melhores Práticas respondidas no questionário, poderão ser consideradas pelo Júri, como desempate para a escolha do **Grand Prix ESG AMPRO 2024**.

## ANEXO 3 – DOCUMENTOS DE INSCRIÇÃO

### 1. Documentos de Inscrição:

(i) **Ficha de inscrição:** formulário contendo os dados cadastrais da agência.

(ii) **Cartão do CNPJ** – Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral da Agência

[https://servicos.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/Cnpjreva\\_Solicitac\\_ao.asp](https://servicos.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/Cnpjreva_Solicitac_ao.asp) em extensão PDF de baixa resolução (no máximo de 3MB).

(iii) Dados relacionados à campanha/case, como título, cliente, categoria, prancha resumo, vídeo case e ficha técnica entre outros contidos no formulário com dados do case (opção de inscrição **GRAND PRIX ESG AMPRO AWARDS 2024**).

(iv) **Prancha Resumo** (1 página): arquivo digital que ilustre o projeto/ação imagens/ilustrações/fotos com dados resumos (clique aqui e [veja referência case vencedor Grand Prix 2022](#)). A Prancha Resumo deverá ser apresentada, obrigatoriamente, no formato 16:9 ou 9:16 - horizontal ou vertical - 1920x1080px ou 1080x1920px, em extensão JPEG OU PNG em alta resolução (no máximo de 5MB);

(v) **Vídeo case:** arquivo de vídeo de, no máximo, 120 (cento e vinte) segundos de duração e ser feito o *upload* diretamente no sistema de inscrição – [www.amprosawards.com.br](http://www.amprosawards.com.br), no formato MP4 ou MOV até 100MB. Os vídeos com duração superior a 120 (cento e vinte) segundos serão desclassificados. O conteúdo do vídeo case poderá ser formado tanto por uma versão resumida da ação, com seus melhores momentos, quanto um vídeo depoimento com a apresentação da ação que se pretende. Caso a agência opte pelo segundo formato (vídeo depoimento), e alguém da organização do prêmio ou júri identifique a pessoa que o gravou, seja na aparência e/ou na voz, como representante da agência, o case será desclassificado. Em caso de uso de vídeo case depoimento, recomenda-se utilizar ferramentas que não identifiquem a voz e imagem original de quem está narrando o case, sob pena de desclassificação. Estão disponíveis referências de vídeo cases edições anteriores (clique aqui e veja vídeo cases das [edições anteriores - Ampro Globes Awards](#)).

(vi) **Defesa do Case:** a agência deverá apresentar, no campo específico destinado para tal, os argumentos em favor do case inscrito defendendo “por que” o case deve ser considerado vencedor de sua categoria. O conteúdo da **Defesa do Case** inscrito deve conter, além da identificação da categoria na qual o case está sendo inscrito, título da ação/projeto e cliente, a descrição dos seguintes pontos, com **limitação máxima de 2.000 (dois mil) caracteres** para cada:

- a. Objetivo do Projeto: Quais os objetivos e/ou o porquê a ação foi desenvolvida? Qual a meta do *job/projeto*? Quais os indicadores estabelecidos no início do projeto e quais resultados mensurados?
- b. Estratégia: Qual estratégia para alcançar os objetivos/indicadores e por quê? A estratégia foi pensada para marca e/ou consumidor? O que foi identificado durante a implantação da campanha e como estas informações ajudaram na estratégia? (serão considerados dados como: contexto, adequação, relevância e qualidade do pensamento e aplicação da estratégia);
- c. Conceito Criativo/Ideia: Dados os objetivos, quão forte e relevante é o conceito criativo/ideia? É forte para a marca, consumidor e ecossistema? Como a ação foi planejada?

Esta é uma ideia original? Neste quesito, serão considerados originalidade, criatividade, ineditismo/inação e impacto do conceito criativo/ideia;

- d. Execução: Como foram executados todos os elementos e etapas da ação? Qualidade, conceito criativo e etapa/etapas de implementação? Que desafios/problemas foram enfrentados e superados com consumidores, equipes e força de venda (e/ou outros públicos não mencionados)? Como a ação se destacou? A ação teve forte presença no mercado? Serão consideradas qualidade, inovação na implementação; complexidade e criatividade durante a execução;
- e. Resultado: Detalhe ao máximo os resultados da ação. Como a ação se saiu em relação aos objetivos estabelecidos? Foram fornecidos padrões verossímeis para contextualizar a força dos resultados? Qual foi o Retorno sobre o Investimento (ROI)? Os Indicadores Chave de Desempenho (KPIs) foram atingidos ou superados? Em caso de resultados confidenciais, qualifique-os e forneça o máximo de contexto possível.

Se a ação for recorrente, é desejável incluir comparativos que evidenciem a eficiência e relevância dos resultados durante o período do *case* inscrito no AMPRO Awards 2024. Para *cases* de longa duração ou contínuos, os resultados devem ser apresentados de acordo com o prazo especificado no Capítulo 3 do Regulamento.

(vii) Este caso utilizou inteligência artificial? Em caso positivo, informar onde foi aplicada e quais ferramentas utilizadas. Resumo do *case*: Descritivo da ação/projeto, planejamento, duração, orçamento, comunicação, execução, materiais e ferramentas utilizados.

(viii) Ficha técnica: campo para preencher com os Profissionais/pessoas envolvidas em cada *case/projeto* por área da agência como: Atendimento, Criação, Planejamento, Produção/Operações, Mídia, Fornecedores e Clientes. Nesta ficha, indique se sua agência é a autora do conceito da campanha inscrita. Caso contrário, cite a agência responsável pelo conceito. Divulgaremos essa informação no *shortlist* e na premiação, tanto no site quanto no evento.

(ix) No caso da categoria 11. MELHOR AÇÃO DE BAIXO CUSTO (inferior a 100K) é obrigatório upload de documento comprobatório do *budget* utilizado. Documento em PDF até 20 MB. Favor enviar orçamento/planilha aprovado pelo cliente, juntamente com as notas que comprovem esses valores.

## 2. Recomendações e dicas:

(i) Para melhor desempenho do *case*, orienta-se que não sejam utilizados os mesmos textos para *cases* inscritos em mais de uma categoria, conforme especificações de categorias previstas.

(ii) Se um dos desafios do *case* foi dentro de um *budget*/investimento baixo, mudança de cultura, contexto, comportamento do público, conjuntura etc., inclua a informação no campo da estratégia da defesa.



Outras recomendações e dicas serão disponibilizadas ser no site da premiação [www.amproawards.com.br](http://www.amproawards.com.br) e mídias sociais AMPRO.

## ANEXO 4 – JULGAMENTO

1. Todos os cases analisados e aprovados na Etapa Eliminatória, o júri atribui notas de 1 a 9 para cada peso/critério (avaliação online e individual), cases que tiverem suas médias no intervalo de notas entre 4 a 9, se classificam para a segunda etapa do AMPRO Awards 2024 (“Etapa *longlist*”).
2. Na Etapa *longlist*, os jurados deverão analisar, por categoria, os cases selecionados na Etapa Eliminatória, atribuindo notas de 1 a 9 para cada peso/critério (avaliação online e individual), cases que tiverem suas médias no intervalo de notas entre 4 a 9, se classificam para a terceira etapa do AMPRO Awards 2024 (“Etapa Decisão: *shortlist* e premiados”).
3. Os cases que tiverem a média final com a pontuação entre os intervalos de 4 a 9, seguem para a decisão do júri da Etapa Decisão: *shortlist* e premiados. A decisão do júri será online/ao vivo e em grupo. Serão abertas votações ao vivo, para decisão dos premiados/*shortlist*, diretamente da ferramenta de julgamento, onde serão perguntados:
  - a. Qual case merece OURO?
  - b. Qual case merece PRATA?
  - c. Qual case merece BRONZE?
  - d. Qual case merece *SHORTLIST*?

Nesta etapa, haverá debates entre os membros do júri presente para decisão final.

4. Por categoria, serão premiados 3 cases (três), sendo 1 (um) “OURO”, 1 (um) “PRATA” E 1 (um) “BRONZE”, e poderão compor a *SHORTLIST* mais 2 (dois) cases mais bem colocados.

- **Atualização realizada em 09/09/2024:**

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO AWARDS 2024 (“Regulamento”).

Ficam alterados os itens do regulamento, que passará a dispor conforme consta nos itens **7.4 e 8.1 do regulamento:**

7.4. O julgamento ocorrerá nas seguintes datas:

(i) AMPRO Awards 2024 (Etapa Eliminatória - online e individual) - **entre 19 e 30 de setembro** de 2024;

(ii) AMPRO Awards 2024 (Etapa Longlist – online e individual) - **entre 07 e 16 de outubro** de 2024;

(iii) AMPRO Awards 2024 (Etapa Decisão Shortlist e Premiados + votações: Melhor case por vertical, Grand Prix Criatividade, Grand Prix ESG– online, ao vivo, em grupos) - **entre 30 de outubro e 05 de novembro** de 2024;

(iii) AMPRO Awards 2024 (Decisão Presidentes do Júri): Melhor case por vertical, Grand Prix Criatividade, Grand Prix ESG – **entre 06 e 07 de novembro** de 2024;

8. EVENTO DE PREMIAÇÃO:

8.1. Os vencedores do AMPRO Awards 2024, serão divulgados na cerimônia de premiação, que será realizada na cidade de São Paulo, no dia **26 de novembro de 2024** (a confirmar local), bem como nos canais da AMPRO e do AMPRO Awards 2024.

- **Atualização realizada em 21/08/2024:**

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO AWARDS 2024 (“Regulamento”).

Ficam alterados os itens do regulamento, que passará a dispor conforme consta no **item 2.5 do regulamento:**

2.5 As inscrições dos cases para a **AMPRO Awards 2024** poderão ser realizadas a partir das **20h** do dia **08 de julho**, encerrando-se às **12h (meio-dia)** do dia **02 de setembro de 2024** (“Prazo das Inscrições”) e deverão ser feitas exclusivamente pelo hotsite do **AMPRO Awards** ([www.amproawards.com.br](http://www.amproawards.com.br)).

- **Atualização realizada em 15/08/2024:**

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO AWARDS 2024 (“Regulamento”).

Ficam alterados os itens do regulamento, que passará a dispor conforme consta no **anexo 3 DOCUMENTOS DE INSCRIÇÃO, sinalizada a alteração:**

(viii) Ficha técnica: campo para preencher com os Profissionais/pessoas envolvidas em cada case/projeto por área da agência como: Atendimento, Criação, Planejamento, Produção/Operações, Mídia, Fornecedores e Clientes. Nesta ficha, indique se sua agência é a autora do conceito da campanha **inscrita**. Caso contrário, cite a agência responsável pelo conceito. Divulgaremos essa informação no *shortlist* e na premiação, tanto no site quanto no evento.

- **Atualização realizada em 07/08/2024:**

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO AWARDS 2024 (“Regulamento”):

Ficam alterados os itens do regulamento, que passará a dispor conforme abaixo:

6.3.1. Interessados em participar do Júri do AMPRO Awards 2024, poderão candidatar-se a fazer parte do júri através de formulário que será disponibilizado no site da premiação <https://bit.ly/candidaturajuri24> a partir de 23/07 até **09/08/2024 às 23h59**. Caberá à organização do Prêmio a avaliação e escolha dos candidatos.

- **Atualização realizada em 05/08/2024:**

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO AWARDS 2024 (“Regulamento”).

Ficam alterados os itens do regulamento, que passará a dispor conforme consta no item 2.5.

2.5. As inscrições dos cases para a **AMPRO Awards 2024** poderão ser realizadas a partir das **20h** do dia **08 de julho**, encerrando-se às **23h59** do dia **26 de agosto de 2024** (“Prazo das Inscrições”) e deverão ser feitas exclusivamente pelo hotsite do **AMPRO Awards** ([www.amproawards.com.br](http://www.amproawards.com.br)).

- **Atualização realizada em 25/07/2024:**

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO AWARDS 2024 (“Regulamento”).

Ficam alterados os itens do regulamento, que passará a dispor conforme consta no anexo 1 – Descrição de categorias.

Ajustes realizados:

## **BUSINESS – 1. TRANSFORMAÇÃO CRIATIVA DE NEGÓCIOS**

Categoria que leva à criação de novos serviços e/ou produtos em quaisquer segmentos e tamanho das empresas anunciantes. O importante é **mostrar** como as mudanças na campanha ou ação, demonstram impactos transformadores e positivos, com o uso de ações de live marketing.

## CONSUMER – 8. MELHOR EVENTO PRESENCIAL, VIRTUAL OU HÍBRIDO

Eventos ou ativações (**sem vírgula**) que ofereceram experiências memoráveis ao público final.

## TRADE - 15. MELHOR CAMPANHA DE INCENTIVO

Programas motivacionais e/ou de relacionamento voltados para público final interno (**sem vírgula**) como: colaboradores, equipes (**sem vírgula**) e revendas, utilizando tecnologia e outras ferramentas de marketing de incentivo, para estimular, motivar e engajar esse público para aumentar a produtividade e superar resultados de produtos ou serviços, conforme o contexto da empresa, sem envolver público final.

## TRADE – 18. MELHOR CAMPANHA DE TRADE MARKETING (MULTICANAIS)

Campanha de *trade* com ambientação de PDV, impulsionamento de *sell out*, exposição impactante de MPDVs, ativação **de** calendário promocional (datas especiais), promoção de vendas no PDV, **on trade**, geração de experiências da marca e produtos com o público final/*shopper*.

- **Atualização realizada em 23/07/2024:**

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO AWARDS 2024 (“Regulamento”):

Ficam alterados os itens do regulamento, que passará a dispor conforme abaixo:

6.3.1. Interessados em participar do Júri do AMPRO Awards 2024, poderão candidatar-se a fazer parte do júri através de formulário que será disponibilizado no site da premiação <https://bit.ly/candidaturajuri24> a partir de 23/07 até 05/08/2024. Caberá à organização do Prêmio a avaliação e escolha dos candidatos.