

REGULAMENTO DO XXXVIII PRÊMIO COLIBRI 2024 (PEÇAS DIGITALIZADAS / ÁUDIO E VÍDEO)

1. DO PRÊMIO

O Prêmio Colibri é uma iniciativa do SINAPRO-ES - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo, com realização anual objetivando a contribuição, o estímulo à criatividade e o desenvolvimento da propaganda capixaba, seus profissionais e anunciantes.

2. DO ÂMBITO

2.1 – O XXXVIII Prêmio Colibri será realizado em sua única versão estadual, de acordo com os princípios básicos deste regulamento.

2.2 – Somente poderão concorrer peças e campanhas de clientes contratuais de agências filiadas ao SINAPRO-ES - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo. As peças ou campanhas devem ter sido criadas no estado do Espírito Santo e precisam ter sido veiculadas em qualquer parte do Brasil no período de **01/01/2024 até 31/12/2024**.

2.3 – Em caso de dúvidas, o SINAPRO-ES – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo poderá solicitar a apresentação de autorizações de produção e veiculação, inclusive notas fiscais de fornecedores e veículos de comunicação, emitidas contra o respectivo cliente.

3. DA RESPONSABILIDADE / JULGAMENTO

3.1 – A organização, coordenação e execução do XXXVIII Prêmio Colibri é responsabilidade do SINAPRO-ES Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo, através da Comissão Organizadora do Prêmio a ser formada por dirigentes das agências filiadas, a participação é exclusiva de agências de propaganda estabelecidas no Espírito Santo e sindicalizadas a entidade.

3.2 – A peça matriz do Prêmio Colibri Ouro, especialmente confeccionada para fundição das demais, é propriedade do SINAPRO-ES – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo, ficando sob sua guarda e responsabilidade.

3.3 – Em todas as peças de divulgação, administrativas, diplomas ou placas alusivas, haverá sempre o registro dos Parceiros Investidores conforme previsto no plano de cotas do XXXVIII Prêmio Colibri.

3.4 – O julgamento será realizado em fase única, com jurados de outros Estados convidados pelo SINAPRO-ES, onde os mesmos darão notas de 05 a 10 a todas as peças inscritas. As 8 peças que obtiverem melhores médias serão classificadas para o Short-List e da somatória das notas das peças classificadas para o Short-List serão estabelecidas peças premiadas com ouro, prata e bronze e, conseqüentemente, a Agência do Ano.

3.5 - O Short-List poderá ter mais de 8 peças, caso haja empate na média da oitava peça.

4. DAS CATEGORIAS DE PREMIAÇÃO

OBS.: As categorias do XXXVIII Prêmio Colibri poderão ser patrocinadas, observando critérios para que sejam resguardados os interesses de seus patrocinadores, ficando sob responsabilidade da diretoria do SINAPRO-ES a definição dos critérios de patrocínio.

Peças digitalizadas / TV e Rádio

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato MP4 / MP3
- Videocase limitado de até 3' (Opcional)
- Anunciante
- Produtora

01 – TV/CINEMA:

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato MP4
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e produtora
- Videocase limitado de até 3' (Opcional)

1.1 – Varejo

Relativo a produtos e/ ou serviços. Tem como objetivo principal vender produtos e/ou serviços. Faz-se necessário um Comando de Venda (condições, descontos, preço).

1.2 – Institucional

Relativo à instituição pública ou privada, associação ou terceiro setor. Tem o objetivo de valorizar a instituição, sua imagem e/ ou marca. São enquadradas neste item todas as peças de cunho social, ambiental, educacional, cultural e de utilidade pública.

1.3 – Ativação/Merchandising

Relativo a ações realizadas durante a programação da televisão ou do cinema, com intervenções, chamadas ou dinâmicas diferenciadas, podendo ser varejo ou institucional.

- Peças destinadas aos meios de televisão e cinema.

*A Comissão de Validação é soberana no julgamento da subcategoria, podendo modificar sempre que necessário.

02 – RÁDIO

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato MP3
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e produtora
- Videocase limitado de até 3' (Opcional)

Peças destinadas ao meio rádio.

2.1 – Spot Varejo

Relativo a produtos e/ ou serviços. Tem como objetivo principal vender produtos e/ou serviços. Faz-se necessário um Comando de Venda (condições, descontos, preço).

2.2 – Spot Institucional

Relativo à instituição pública ou privada, associação ou terceiro setor. Tem o objetivo de valorizar a instituição, sua imagem e/ ou marca. São enquadradas neste item todas as peças de cunho social, ambiental, educacional, cultural e de utilidade pública.

03 – IMPRESSOS

Peças destinadas à mídia impressa como jornal, revista e ou qualquer outro meio impresso que comprove veiculação. É obrigatório o envio da PI (Pedido de inserção) do anúncio ou outro meio de comprovação no ato da inscrição.

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato PDF
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação), gráfica / veículo.
- Vídeocase limitado de até 3' (Opcional)

3.1 – Impressos Varejo

Relativo a produtos e/ ou serviços. Tem como objetivo principal vender produtos e/ou serviços. Faz-se necessário um Comando de Venda (condições, descontos, preço).

3.2 – Impressos Institucionais

Relativo à instituição pública ou privada, associação ou terceiro setor. Tem o objetivo de valorizar a instituição, sua imagem e/ ou marca. São enquadradas neste item todas as peças de cunho social, ambiental, educacional, cultural e de utilidade pública.

04 – OOH (Out Of Home)

É obrigatório o envio da PI do anúncio ou outro meio de comprovação no ato da inscrição.

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
 - Peça formato PDF
 - Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e veículo
 - Vídeocase limitado de até 3' (Opcional)
- Outdoor, empena, frontlight, triedo, painel de estrada, busdoor, mobiliário urbano, relógio de rua e painéis eletrônicos.

05 – PROMOÇÃO E ATIVAÇÃO

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da ação.
 - Peça formato PDF
 - Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e produtora.
 - Videocase limitado de até 3' (Opcional)
- Material de apoio à venda de produtos ou ao fortalecimento de marcas que não faça uso dos meios de comunicação de massa. Estratégias e peças de comunicação dirigida que tenham por objetivo gerar uma reação/resposta e construir relacionamento (marketing direto).
- Ações promocionais, inclusive as que envolvem entrega de brindes, promotores uniformizados, blitzes para distribuição de samplings.

06 – DESIGN (permitido até 5 pranchas)

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato PDF
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação)
- Videocase limitado de até 3' (Opcional)

6.1 – Identidade Visual

Logotipos, marcas, identidade corporativa e papelaria.

6.2 – Design Gráfico

Cartazes, folheto, folder, rótulo de produtos em geral, catálogo, portfólio, relatório anual, broadside, press-kit, livro, disco, brinde, convite, calendário, cardápio, camiseta, etc.

Material de ponto-de-venda: móvel, bandeira, display, faixa de gôndola, bolacha de chopp, adesivos em geral, cartaz de ponto de venda, e pôster (bancas, bares, lojas, etc.).

6.3. - Design de Produto

Embalagem, criação de um produto.

07 – DIGITAL

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato PDF ou vídeo de acordo com cada categoria
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e veículo
- Videocase limitado de até 2' (Opcional)

7.1 – Mídia Online

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato PDF
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e veículo
- Videocase limitado de até 2' (Opcional)

Toda peça que utilize o ambiente digital. Publicidade online, websites, hotspots, e-mail marketing, ferramentas interativas, mobile, ações e produção de conteúdo e áudios. **(permitido videocase, limitado em 2')**

7.2 – Filme Digital

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato MP4
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e veículo
- Videocase limitado de até 2' (Opcional)

Filmes que utilizem o ambiente digital. Não é permitida a inserção de mais de um filme com o mesmo conteúdo editorial. **(Filme limitado em 10')**

7.3 – Campanha Digital Varejo

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato PDF. O arquivo pode conter textos, imagens, links para vídeos e outras publicações.
- Todos os links das peças de áudio e vídeo da campanha com link do Youtube (público ou não listado). Links de qualquer outra plataforma não serão considerados válidos e poderão desclassificar a campanha.
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e veículo
- Videocase limitado de até 2' (Opcional)

Mínimo de 03 peças criadas para o meio digital. Caracteriza-se pelo uso de peças que mantêm uniformidade, tanto editorial (texto e conteúdo), como visual. Tem como objetivo principal vender produtos e/ou serviços. Faz-se necessário um Comando de Venda (condições, descontos, preço).

7.4 – Campanha Digital Institucional

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato PDF. O arquivo pode conter textos, imagens, links para vídeos e outras publicações.
- Todos os links das peças de áudio e vídeo da campanha com link do Youtube (público ou não listado). Links de qualquer outra plataforma não serão considerados válidos e poderão desclassificar a campanha.
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e veículo
- Videocase limitado de até 2' (Opcional)

Relativo à instituição pública ou privada, associação ou terceiro setor. Mínimo de 03 peças criadas para o meio digital. Tem o objetivo de valorizar a instituição, sua imagem e/ ou marca. São enquadradas neste item todas as peças de cunho social, ambiental, educacional, cultural e de utilidade pública.

7.5 – Ação Creator

- Deverá ser informado no sistema de inscrição um breve resumo da peça
- Peça formato MP4
- Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e veículo
- Videocase limitado de até 2' (Opcional)

Relativo ao uso de influenciadores/criador de conteúdo para promoção de produto ou serviço no ambiente digital, seja no institucional ou promocional.

08 – CASE DE SUCESSO

- Deverá ser informado no sistema de inscrição, o desafio, objetivo e o resultado.
 - Peça formato PDF. O arquivo pode conter textos, imagens, links para vídeos e outras publicações.
 - Todos os links das peças de áudio e vídeo da campanha com link do Youtube (público ou não listado). Links de qualquer outra plataforma não serão considerados válidos e poderão desclassificar a campanha.
 - Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e produtora / veículo
 - Videocase limitado de até 3' (Opcional)
- Projetos que compreendam diferentes ações e materiais de comunicação (filmes, anúncios, rádio, folhetos, ações promocionais, etc) que tenham objetivos estratégicos e resultados mensuráveis. O case poderá ter resultados de vendas, resultados com exposição da marca, interação com o público etc. A quantidade de peças inscritas fica **limitada a 10 pranchas virtuais** no arquivo formato PDF com links para os vídeos e áudios do case.

09 – CAMPANHA

- Deverá ser informado no sistema de inscrição, o desafio, objetivo e o resultado.
 - Peça no formato PDF limitado até 10 pranchas com links para os vídeos e áudios do case.
 - O arquivo pode conter textos, imagens, links para vídeos e outras publicações.
 - Todos os links das peças de áudio e vídeo da campanha com link do Youtube (público ou não listado). Links de qualquer outra plataforma não serão considerados válidos e poderão desclassificar a campanha.
 - Ficha Técnica: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e produtora / veículo
 - Videocase limitado de até 3' (Opcional)
- Mínimo de **03 e máximo de 15 peças** do mesmo meio ou em diversos meios de comunicação. Caracteriza-se pelo uso de peças que mantêm uniformidade, tanto editorial (texto e conteúdo), como visual.

9.1 – Varejo

Relativo a produtos e/ ou serviços. Tem como objetivo principal vender produtos e/ou serviços. Faz-se necessário um Comando de Venda (condições, descontos, preço).

9.2 – Institucional

Relativo à instituição pública ou privada, associação ou terceiro setor. Tem o objetivo de valorizar a instituição, sua imagem e/ ou marca. São enquadradas neste item todas as peças de cunho social, ambiental, educacional, cultural e de utilidade pública.

10 – Colibri Social

-10 – Colibri Social

- Breve descrição sobre a ação.
- Poderá ser enviado um arquivo no formato PDF com até 10 páginas com links para os vídeos e áudios do case.
- Caso não envie o PDF, os links para áudios ou vídeos deverão ser inseridos no campo "resumo" da inscrição, com links do Youtube.
- Só serão aceitos links do Youtube nos modos "público" ou "não listado".
- Links de qualquer outra plataforma não serão considerados válidos e poderão desclassificar a inscrição.
- A ficha técnica deverá ser preenchida nos campos respectivos: equipe envolvida, anunciante (empresa e aprovação) e produtora / veículo
- Vídeocase limitado de até 3' (Opcional)

Projetos que compreendam diferentes ações e materiais de comunicação (filmes, anúncios, rádios, folhetos, ações promocionais, etc), com temas relacionados: mensagens de sensibilização, de saúde e segurança pública). Antitabagismo, antidroga, combate ao alcoolismo, direção responsável, o vício do jogo, conscientização, prevenção e identificação de doenças (ex: câncer, AIDS, Dengue), saúde do coração, amamentação, associações, conscientização ambiental, conscientização contra o preconceito racial e de gênero, conscientização dos direitos das pessoas com deficiência, igualdade de gênero, violência doméstica, abuso infantil, questões de refugiados/asilo/imigração. Arrecadação de fundos, doações, voluntariado, doação de sangue e órgãos, direitos dos animais.

11. CATEGORIAS ESPECIAIS

11.1 – GRAND PRIX

Fica a critério dos jurados conceder ou não a citada premiação para a melhor peça/trabalho entre as diversas categorias.

12. DA PREMIAÇÃO

12.1 – A premiação será dividida da seguinte forma por categoria:

- Estatueta de Ouro do XXXVIII Prêmio Colibri: será concedido para cada categoria, para as peças que alcançarem a maior média aritmética.

- Diplomas de Ouro, Prata e Bronze do XXXVIII Prêmio Colibri: será concedido somente um diploma à melhor peça selecionada, entre as que alcançarem a 1ª, 2ª e 3ª maior média aritmética, respectivamente.

Obs. Estatuetas ou placas prata e bronze serão definidas para entrega no dia do evento de premiação.

12.2 – Réplicas das Estatuetas deverá ser solicitadas à Diretoria do SINAPRO-ES – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo, sendo que o pagamento da mesma deverá ser feito diretamente com a empresa que a confecciona.

12.3 – Todas as peças que fizerem parte do short-list serão divulgadas, no site do Festival Colibri.

13. DA ESCOLHA DA AGÊNCIA DO ANO (OURO / PRATA E BRONZE)

13.1 – A escolha da Agência do Ano (Ouro / Prata e Bronze) se dará por meio da somatória dos pontos ganhos na premiação obedecendo, o seguinte critério:

Todas as categorias de peças únicas:

| | |
|---|-----------|
| o Troféu Ouro do XXXVIII Prêmio Colibri (Grand Prix)..... | 30 pontos |
| o Troféu Ouro do XXXVIII Prêmio Colibri | 15 pontos |
| o Diploma de Prata do XXXVIII Prêmio Colibri | 07 pontos |
| o Diploma de Bronze do XXXVIII Prêmio Colibri..... | 03 pontos |

Categorias Campanha e Campanha Digital:

| | |
|---|-----------|
| o Troféu Ouro do XXXVIII Prêmio Colibri | 18 pontos |
| o Diploma de Prata do XXXVIII Prêmio Colibri | 09 pontos |
| o Diploma de Bronze do XXXVIII Prêmio Colibri | 05 pontos |

As subcategorias Case de Sucesso e Colibri Social não entram no somatório dos pontos da categoria Campanha, e sim nas de peças únicas (Ouro 15 Pontos / Prata 07 Pontos e Bronze 03 Pontos)

13.2 – Em caso de empate será escolhida Agência do Ano aquela que obtiver maior número de peças premiadas com Ouro, incluindo Grand Prix. Se ainda assim continuar o empate, o próximo critério de desempate é o número de peças premiadas com prata. O critério de desempate seguinte é o número de Bronze, e o último é o número de peças indicadas no Short-List.

14. DAS INSCRIÇÕES

14.1 – As inscrições para o XXXVIII Prêmio Colibri só poderão ser feitas por agências de propaganda sindicalizadas e filiadas ao SINAPRO –ES –Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo, instaladas com sua equipe de criação no Estado do Espírito Santo, através de seus representantes e em dia com suas obrigações sociais.

14.2 – As inscrições das peças têm início no dia **07/02/2025**, encerrando-se no dia **25/02/2025**.

14.3 - Site para inscrição: <https://www.festivalcolibri.com.br/>

**Obs.: As peças só serão aceitas mediante ao pagamento.
Não haverá, em nenhuma hipótese, prorrogação desses prazos.**

14.4 - Pagamento via PIX chave 30778773000164.

14.5 - Enviar comprovante de pagamento para o e-mail do Sinapro: sinapro@sinapro-es.org.br ou sinapro01@gmail.com.

14.6 - Dúvidas podem entrar em contato por e-mail ou pelo número 27 99238-3379.

14.7 – As taxas de inscrição estipuladas para o XXXVIII Prêmio Colibri são as seguintes:

Peça Única R\$ 110,00 / Campanha R\$ 240,00

Data limite para pagamento 25/02/2025

Prazo final da inscrição 25/02/2025

15 – AGÊNCIA REGIONAL

Todas as peças inscritas pelas agências regionais, concorrerão no XXXVIII Prêmio Colibri, podendo ganhar Ouro, Prata, Bronze ou Grand Prix nas categorias, igualmente às demais agências.

Para a premiação da Agência Regional do Ano serão considerados os mesmos critérios da categoria Agência do Ano. Caso nenhuma peça seja premiada, o segundo e último critério será a agência que tiver peça classificada no short-list com a maior nota na somatória das notas.

Obs.: Caso não tenha peça classificada no Short-List, não haverá Agência Regional do Ano.

Em hipótese alguma haverá devolução dos valores pagos referentes às inscrições, ou seja, mesmo que a categoria seja cancelada, solicitado o cancelamento da inscrição, desistência da peça ou campanha por parte do concorrente, etc...

15.1 – Todas as peças inscritas e pagas serão avaliadas pela Comissão de Validação do XXXVIII Prêmio Colibri que verificará se as mesmas estão inscritas na categoria correta. Caso haja divergência da peça inscrita em relação à sua categoria, a Comissão de Validação fará a inscrição na categoria devida.

15.2 – Todas as categorias do XXXVIII Prêmio Colibri deverão ter no mínimo **05 (cinco) peças inscritas, independente da quantidade de agências.**

As categorias que não alcançarem o número de peças serão canceladas, exceto para as categorias VT Varejo, VT Institucional e VT ATIVAÇÃO, que se juntarão em TV/CINEMA. Spot Varejo e Spot Institucional, que se juntarão em RÁDIO. Impresso - Varejo e Institucional, que se juntarão em IMPRESSO. Identidade Visual, Design Gráfico e Design de Produto, que se juntarão em DESIGN. Mídias Online e Filme Digital, que se juntarão em DIGITAL, Campanha Varejo e Campanha Institucional, que se juntarão em CAMPANHA. Em caso de cancelamento da categoria, o valor das inscrições não será devolvido.

15.3 – Nas categorias de peças únicas, é permitida a inscrição de 5 peças com o mesmo conteúdo editorial e visual (conceito) em 5 categorias diferentes.

15.4 – As peças inscritas nas categorias Campanha, Campanha Digital, Colibri Social e Case de Sucesso só poderão ser desmembradas em até 5 categorias. Ou seja, é permitido que até 5 peças que compõem as categorias Campanha, Colibri Social e Case de Sucesso também sejam inscritas em até 5 categorias de peças únicas.

15.5 – Serão excluídas as peças ou campanhas que comprovadamente tenham sido inscritas em edições anteriores do Prêmio.

15.6 – Peças que façam uso de teaser ou sequenciais devem ser inscritas como peça única, em sua respectiva categoria.

15.7 – São soberanas as decisões da Comissão de Validação, não sendo objeto de recurso por parte das agências. O valor referente à inscrição das peças não validadas pela Comissão não será devolvido

15.8 – Parágrafo Segundo – A não observância dos critérios técnicos estabelecidos para cada formato poderá acarretar em prejuízo de visualização das peças pelos jurados.

16. DO JÚRI

16.1 – O julgamento das peças será todo online, e o júri será composto por profissionais da área publicitária de outros Estados convidados pelo SINAPRO-ES.

17. DO JULGAMENTO / ENTREGA DOS PRÊMIOS

O julgamento do XXXVIII Prêmio Colibri ocorrerá em fase única. A entrega dos prêmios será realizada entre os meses de maio e julho de 2024.

17.1- Parágrafo Primeiro – O critério de julgamento está definido nas Normas e Procedimentos de Julgamento, que será entregue a cada jurado previamente para conhecimento e cumprimento.

17.2 - Parágrafo Segundo – Não caberá recurso de qualquer espécie às decisões tomadas pelos jurados.

17.3 - Parágrafo Terceiro – Caberá aos jurados, tão somente o julgamento das peças.

17.4 - Parágrafo Quarto – Em caso de empate, prevalecerá para o critério de desempate, o voto do Presidente do júri.