FESTIVAL ÉLAN – REGULAMENTO 2025

O PRÊMIO DO FESTIVAL ÉLAN É REALIZADO PELO AMIGOS DO MERCADO E TEM O OBJETIVO REUNIR E RECONHECER PROJETOS E CASES CRIATIVOS DO MERCADO PUBLICITÁRIO.

INSPIRADO O SETOR E FOMENTANDO A CRIATIVIDADE. A PREMIAÇÃO TEM FORMATO DEMOCRÁTICO E ACESSÍVEL, SEM COBRANÇA DE TAXAS DE INSCRIÇÃO E AMPLIANDO A OPORTUNIDADE DE VISIBILIDADE PARA CASES DO MERCADO.

DOS TRABALHOS INSCRITOS

ARTIGO 1º

OS CASES INSCRITOS DEVERÃO TER SIDO REALIZADOS/VEICULADOS NO PERÍODO DE **JAN 2024 A JUN 2025** E PRECISAM ESTAR REGISTRADOS EM **VÍDEO NO FORMATO DE 30 SEGUNDOS ATÉ 3 MINUTOS.** A EXIGÊNCIA DE PERÍODO VEICULADO **NÃO SE APLICA À CATEGORIA ESTUDANTE.**

DAS INSCRIÇÕES

ARTIGO 2º

AS INSCRIÇÕES PARA A PREMIAÇÃO **SÃO GRATUITAS** E DEVERÃO SER REALIZADAS NO PERÍODO DE **01/07 ATÉ 23/07,** ATRAVÉS DO SITE **FESTIVALELAN.COM.BR/PREMIO** ATRAVÉS DELE DEVERÃO SER ENVIADOS TÍTULO, DESCRIÇÃO DO CASE, FICHA TÉCNICA E VÍDEO.

ARTIGO 3º

AO INSCREVER O CASE O RESPONSÁVEL PELA INSCRIÇÃO DECLARA TER AUTORIZAÇÃO PARA A VEICULAÇÃO DE IMAGEM E SOM DESTE MATERIAL NO EVENTO, COBERTURA EM VÍDEO E POSSÍVEL TRANSMISSÃO AO VIVO EM CANAIS DIGITAIS.

ARTIGO 4º

NÃO HÁ LIMITE DE CASES ENVIADOS POR PESSOA OU EMPRESA, DESDE QUE SEJAM RESPEITADOS OS CRITÉRIOS INDICADOS NOS ARTIGOS 1º E 3º DESTE REGULAMENTO; NÃO SERÃO ACEITOS VERSÕES DIFERENTES DO MESMO TRABALHO.

ARTIGO 5º

OS TRABALHOS INSCRITOS DEVEM SER AUTORAIS E TEREM SIDO PUBLICADOS NO PERÍODO INDICADO NO ARTIGO 1º.

ARTIGO 6º

AO INSCREVER O CASE, O PARTICIPANTE ASSUME A TOTAL RESPONSABILIDADE SOBRE AS INFORMAÇÕES CONTIDAS NO MATERIAL ENVIADO, INCLUINDO DIREITOS DE IMAGEM E DIREITOS AUTORIAIS RELACIONADOS A TERCEIROS;

ARTIGO 7º

OS MATERIAIS PARTICIPANTES DEVEM RESPEITAR O **TEMPO MÍNIMO DE 30 SEGUNDOS E MÁXIMO DE 3 MINUTOS DE DURAÇÃO.**

ARTIGO 8º

O ENVIO DO TRABALHO PARA PARTICIPAÇÃO NO CONCURSO IMPLICA NA AUTORIZAÇÃO PARA TODAS E EVENTUAIS PUBLICAÇÕES E/OU DIVULGAÇÕES QUE VIEREM A SER EXECUTADAS PELO FESTIVAL ÉLAN.

DOS CRITÉRIOS DE DESCLASSIFICAÇÃO

ARTIGO 9º

MATERIAIS QUE NÃO CONTENHAM AS INFORMAÇÕES EXIGIDAS NOS ARTIGOS ANTERIORES.

ARTIGO 10º

MATERIAIS QUE NÃO TENHAM SIDO VEICULADOS EM VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO. **(OFFLINE, DIGITAIS E OOH)**

ARTIGO 11º

MATERIAIS E CASES QUE TENHAM SIDO VEICULADOS FORA DO PERÍODO DESCRITO NO ARTIGO 1º

ARTIGO 12º

MATERIAIS CONSIDERADOS VERSÕES DE OUTROS JÁ INSCRITOS OU QUE CONTENHAM CONTEÚDO OFENSIVO OU DISCRIMINATÓRIO SERÃO AUTOMATICAMENTE DESCLASSIFICADOS.

DA COMISSÃO JULGADORA / JÚRI

ARTIGO 13º

SERÃO CONVIDADOS PARA A BANCA AVALIADORA OS VENCEDORES DO PRÊMIO **AMIGOS DO MERCADO** DE TODAS AS EDIÇÕES, DESDE 2017, ALÉM DOS **TOP 100 GESTORES** ELEITOS EM 2024, AMBOS ESCOLHIDOS ATRAVÉS DO VOTO PELA COMUNIDADE AMIGOS DO MERCADO E AMPLAMENTE DIVULGADA NOS CANAIS OFICIAIS DO FESTIVAL ÉLAN.

ARTIGO 14º

APÓS O PERÍODO DE INSCRIÇÕES, A BANCA SERÁ DIVIDIDA EM GRUPOS DE 05 A 10 JURADOS, QUE CLASSIFICARÃO OS FINALISTAS ATRAVÉS DA AVALIAÇÃO DE GRUPOS DE 05 A 10 TRABALHOS, OS TRABALHOS SERÃO DIVIDIDOS EM CATEGORIAS E OS GRUPOS DE JURADOS SERÃO DIVIDIDOS PELO AMIGOS DO MERCADO BUSCANDO A ISONOMIA, NÃO CONFRONTANDO JURADOS COM TRABALHOS LIGADOS A MARCAS/AGÊNCIAS ENVOLVIDAS COM SUA ATUAÇÃO RECENTE, BEM COMO SEUS PRINCIPAIS

CONCORRENTES. OS 60 MELHORES CASES AVALIADOS ENTRE TODOS OS INSCRITOS SERÃO CONSIDERADOS FINALISTAS.

OS CRITÉRIOS SUGERIDOS SÃO CRIATIVIDADE, INEDITISMO, EXECUÇÃO, RESULTADOS, IMPACTO SOCIAL/ECONÔMICO E POTENCIAL DE INSPIRAÇÃO AO MERCADO.

ARTIGO 15º

CADA JURADO PODERÁ ESCOLHER OS MELHORES TRABALHOS, LIMITADO 50% DE TODOS AVALIADOS, E A ELES APLICAR **NOTAS DE 9.1 A 10.** O CRITÉRIO SERÁ O NÚMERO DE VOTOS, E A NOTA O CRITÉRIO DE DESEMPATE.

EM CASO DA PERSISTÊNCIA DE EMPATE SERÁ CONVOCADO NOVO JÚRI SEGUINDO O MESMO CRITÉRIO.

ARTIGO 16º

A SOMATÓRIA DAS NOTAS DADAS CONFORME ARTIGO 15º DETERMINARÁ O RANKING GERAL, DE ONDE SAIRÃO OS 60 FINALISTAS DA PREMIAÇÃO.

DAS CATEGORIAS

ARTIGO 17º

OS CASES DEVEM SER INSCRITOS EM UMA OU MAIS CATEGORIAS DAS CITADAS ABAIXO, PODENDO AVANÇAR COMO FINALISTA DE APENAS UMA, A QUE O TRABALHO TIVER A MAIOR PONTUAÇÃO.

AS CATEGORIAS SERÃO:

Ativação de marca em eventos fechados - Ativação ou experiências promovida por marcas realizadas em eventos fechados: feiras, congressos, eventos esportivos, shows, festivais de música, etc.

Ativação de marca em ponto de venda - Ativação ou experiências promovida por marcas realizadas no ponto de venda: supermercados, farmácias, shopping, lojas, etc.

Ativação de marca em locais públicos - Ativação ou experiências promovida por marcas realizadas em vias públicas: ruas, terminais rodoviários, parques, estações de metrô ou trem, aeroportos, etc.

Ativos de Out of Home - Formato icônico ou diferenciado de mídia out of home.

Branded Content - Conteúdo de entretenimento criado pela marca.

Branding - Estudo e realização de construção ou reconstrução de marca.

Campanha Integrada - Campanha publicitária que tenha se destacado pela utilização criativa de diversos meios, criatividade em mídia.

Campanha Publicitária - Campanha publicitária que tenha se destacado pela criatividade.

Inteligência Artificial - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado pelo uso criativo da inteligência artificial.

Criatividade no uso de dados - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado pelo uso criativo de dados.

Design e artes visuais - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado pelo uso criativo de elementos visuais.

Educação - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado pelo uso criativo de ações que promovam o aprendizado além da promoção da marca.

Eficácia na estratégia criativa - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado pelos resultados obtidos em sua estratégia criativa.

Esportes - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado criativamente no envolvimento com esportes.

Estudantes - Esta categoria premia campanhas de estudantes que demonstraram resultados notáveis e engajamento significativo através de estratégias criativas inovadoras.

Eventos - Evento que tenha promovido marcas e que tenha se destacado no período, exemplos: congressos, festivais de música, dança, gastronomia, competição esportiva e outros eventos.

Brand Experience - Experiência promovida por uma marca.

Filme - Filme publicitário exibido em TV ou meios digitais.

Formato especial em mídias digitais - Formato de mídia utilizado em meios digitais para a promoção de marca.

Formato especial em mídia out of home - Formato de mídia ou aplicação especial utilizado em mídia out of home para a promoção de marca.

Governança - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado criativamente na atuação em governança, promovendo a justiça, boas práticas em princípios éticos e combate à corrupção.

Games - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado criativamente no uso de gameficação.

Impacto Social - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado criativamente pelo seu impacto social, promovendo ganhos à população e combate à pobreza.

Inovação - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado pela inovação ou pelo uso criativo de tecnologia.

Marketing de Influência - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado pelo resultado criativo no uso do marketing de influência.

Merchandising - Ativação de marca em conteúdo televisivo ou de entretenimento em vídeo que tenha se destacado criativamente pelo formato ou estética diferenciada.

Música - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado pelo resultado criativo no uso de música, inclui clipes, filmes musicados e jingles.

Podcast - Conteúdo criado em formato podcast que promova marca e que tenha se destacado pela criatividade no conteúdo.

Programa de TV - Conteúdo de exibição recorrente em TV que se destaque pela criatividade e que promova marcas.

Projeto Especial - Ação ou formato não convencional destinado a promoção de marca que se destaca criativamente.

Promoção - Ativação de marca que se destaca criativamente no uso de promoção, inclui ação de merchandising, sorteio, concurso cultural.

Rádio / Audio - Campanha ou ativação de marca que se destaca pelo uso criativo dos recursos em áudio, incluindo jingles, spots, áudio-ads, branded contente em rádio, conteúdo em áudio e similares.

Reality Show - Ativação de marca realizado em reality shows, inclui ações de merchandising, product placement e reality shows proprietários de marca.

Regional - Ativação, ação ou campanha de marca realizado que tenha se destacado pela criatividade e que tenha sido realizado fora da cidade de São Paulo.

PR – Relações Públicas - Ativação de marca que se destacou pela criatividade e que tenha sido realizada através das redes sociais ou veículos de imprensa.

Social Media - Ativação de marca que se destacou pela criatividade no uso de redes sociais.

Storytelling - Campanha ou ativação de marca que se destacou pela criatividade na construção de uma narrativa ou história.

Sustentabilidade - Ativação de marca ou campanha que tenha se destacado criativamente pelo seu impacto em sustentabilidade, promovendo o consumo consciente, minimização de impactos ou uso criativo de recursos naturais.

Vinheta Integrada - Filme destinado a promoção de conteúdo realizado por marca patrocinadora.

Élan - Dedicada a cases que não se enquadram nas categorias acima e que também possam receber cases classificados como finalistas, mas que não tenham pelo menos 2 outros concorrentes para fazer a categoria entrar em disputa.

A CATEGORIA SERÁ CONSIDERADA VÁLIDA CASO TENHA TRÊS OU MAIS FINALISTAS QUALIFICADOS, E PODERÁ TER MAIS DE UM VENCEDOR DE ACORDO COM O NÚMERO DE FINALISTAS.

INDEPENDENTE DA CATEGORIA INSCRITA, TODOS OS TRABALHOS SERÃO PREVIAMENTE CONSIDERADOS NA CATEGORIA ÉLAN, PARA O CASO DE NÃO ATINGIREM O NÚMERO MÍNIMO DE CONCORRENTES NA MESMA CATEGORIA.

OS CASES FINALISTAS SERÃO EXIBIDOS NA PROGRAMAÇÃO DIURNA DO FESTIVAL.

DA PREMIAÇÃO ARTIGO 18º

O RESULTADO FINAL DA PREMIAÇÃO E A SOLENIDADE PARA A ENTREGA DOS TROFÉUS SERÁ REALIZADO NO **TEATRO-D-JARAGUÁ EM SÃO PAULO-SP,** DURANTE OS DIAS 12 E 13 DE AGOSTO.

ARTIGO 19º

O PRÊMIO CONSISTE EM UM TROFÉU ENTREGUE PARA UM REPRESENTANTE DA EMPRESA OU CASE A SER ENTREGUE DURANTE A FESTA DE PREMIAÇÃO DO FESTIVAL ÉLAN.

ARTIGO 20º

O TROFÉU É INTRANSFERÍVEL E NÃO PODERÁ SER CONVERTIDO EM DINHEIRO.

ARTIGO 21º

CASO NÃO SEJA POSSÍVEL O COMPARECIMENTO DO VENCEDOR NA PREMIAÇÃO, O TROFÉU PODERÁ SER RETIRADO, MEDIANTE AGENDAMENTO PRÉVIO, COM A EQUIPE DE CURADORIA DO FESTIVAL.

ARTIGO 22º

OS VENCEDORES DO PRÊMIO TERÃO AMPLA DIVULGAÇÃO NOS CANAIS OFICIAIS DO FESTIVAL ÉLAN E DO AMIGOS DO MERCADO.

DISPOSIÇÕES FINAIS

ARTIGO 23º

INTEGRANTES DO JÚRI QUE TENHAM CASES DE SUAS EMPRESAS CONCORRENDO NA PREMIAÇÃO NÃO PODERÃO AVALIAR MATERIAIS DA PRÓPRIA EMPRESA E NEM CONCORRÊNCIA DIRETA, SE ISENTANDO DE DAR NOTAS PARA ESSES PARTICIPANTES.

ARTIGO 24º

A PREMIAÇÃO ATRIBUÍDA AOS TRABALHOS NÃO SERÁ SUSCETÍVEL DE RECURSOS OU IMPUGNAÇÕES.

ARTIGO 25º

A PARTICIPAÇÃO NA PREMIAÇÃO IMPLICA NO CONHECIMENTO E NA ACEITAÇÃO, PELOS INSCRITOS, DE TODAS AS DISPOSIÇÕES DESTE REGULAMENTO.

ARTIGO 26º

SERÃO DESCLASSIFICADOS OS TRABALHOS QUE NÃO ATENDEREM AS REGRAS PREVISTAS NESTE REGULAMENTO.

ARTIGO 27º

OS CASOS OMISSOS SERÃO RESOLVIDOS PELA COMISSÃO ORGANIZADORA DO AMIGOS DO MERCADO.