



Propaganda vai além da criação.  
As campanhas e peças que se destacam são frutos  
de uma proposta criativa, inteligente e eficiente.  
E de trabalho. Bastante trabalho.

### **O Prêmio Abril de Publicidade**

reconhece a importância das pessoas que se dedicam  
a realizar e concretizar essas ideias com sucesso.

Seja em revista, internet ou TV, as campanhas premiadas  
destacam-se pelo grande aproveitamento  
e desempenho das mídias disponibilizadas pelo Grupo Abril  
para atingir o grande objetivo: comunicação.

Grandes profissionais de criação e mídia de todo o país  
reúnem-se para formar o time de jurados  
de mais uma edição do **Prêmio Abril de Publicidade**.

O prêmio pra quem faz a propaganda brasileira.

## CATEGORIAS E PRÊMIOS

O Prêmio Abril de Publicidade é dividido em duas grandes categorias: **CRIAÇÃO** e **MÍDIA**.

### CRIAÇÃO

Dentro da categoria **CRIAÇÃO**, temos as seguintes subcategorias e seus respectivos prêmios:

#### CATEGORIA CRIAÇÃO REVISTA ..... pg 9

**Grand Prix de Criação** • para a campanha que traduziu da maneira mais criativa o objetivo da campanha.

**Prêmio Melhor Utilização do Meio Revista** • para a campanha que melhor utilizou os recursos que a mídia oferece.

**Prêmio Opinião do Leitor** • para a campanha melhor avaliada por leitores da Editora Abril.

#### CATEGORIA CRIAÇÃO REVISTA REGIONAL ..... pg 14

Destinado às agências localizadas fora da Grande São Paulo.

**Prêmio Criação Revista Regional Sul** • para a agência da região Sul cuja campanha traduziu da maneira mais criativa o objetivo da campanha.

**Prêmio Criação Revista Regional Central** • para a agência da região Central cuja campanha traduziu da maneira mais criativa o objetivo da campanha.

**Prêmio Criação Revista Regional Norte-Nordeste** • para a agência da região Norte-Nordeste cuja campanha traduziu da maneira mais criativa o objetivo da campanha.

**Prêmio Criação Revista Regional Rio de Janeiro** • para a agência da região Rio cuja campanha traduziu da maneira mais criativa o objetivo da campanha.

#### CATEGORIA CRIAÇÃO INTERNET ..... pg 18

**Prêmio Criação Internet** • para a campanha mais criativa no uso dos recursos oferecidos pelo meio digital e eficiente na interação com o internauta.

#### CATEGORIA CRIAÇÃO TV ..... pg 21

**Prêmio Criação TV** • para a campanha que melhor utilizou o meio TV de forma criativa, inovadora e alinhada com seu público.

### MÍDIA

Dentro da categoria **MÍDIA**, temos as seguintes subcategorias e seus respectivos prêmios:

#### CATEGORIA MÍDIA EDITORA ABRIL ..... pg 24

**Grand Prix de Mídia** • para a campanha que apresentou a melhor estratégia de mídia e que tenha obtido maior resultado no impacto do seu público-alvo.

#### CATEGORIA MÍDIA TV ..... pg 28

**Prêmio Mídia TV** • para a campanha que apresentou a melhor estratégia de mídia e que tenha obtido maior resultado no impacto do seu público-alvo.

## INSCRIÇÕES

As inscrições e a entrega de material iniciam-se em 26 de janeiro de 2010 e terminam em 19 de fevereiro de 2010, impreterivelmente.

Após preencher o cadastro, siga o passo a passo indicado no site para inscrever suas peças e enviá-las.

**As campanhas só serão consideradas inscritas quando seu material for entregue, mesmo que a ficha de inscrição já tenha sido enviada eletronicamente.**

**As inscrições são gratuitas e o número de inscrições é ilimitado.**

Para as categorias de criação, porém, são aceitos no máximo cinco anúncios por campanha. A equipe do **Prêmio Abril de Publicidade** desclassificará peças extras a seu critério.

Para as categorias de mídia, não há limitação de número de anúncios por campanha.

É importante notar que os vídeos enviados para as categorias de Criação TV, Mídia Editora Abril e Mídia TV poderão conter no máximo 2 (dois) minutos de secundagem.

Não serão aceitas diferentes inscrições de peças isoladas que por sua abordagem, tema, produto ou aspecto possam ser julgadas como única campanha.

Nenhuma inscrição poderá ser feita sem a prévia autorização da empresa anunciante e dos autores das campanhas apresentadas.

Os anúncios feitos em parceria entre duas ou mais agências serão premiados somente em nome da agência que assina o anúncio e que também tenha negociado a veiculação do espaço publicitário com o Grupo Abril.

Agências parceiras ou associações não serão premiadas.

As campanhas inscritas deverão ter sido veiculadas em espaços pagos pelo cliente (empresa anunciante). As campanhas veiculadas em espaços bonificados ou via permuta e aquelas que tratem dos produtos do Grupo Abril e de suas coligadas não poderão concorrer, assim como os funcionários dessas mesmas empresas. Também não podem concorrer ao prêmio, campanhas criadas internamente pelo Grupo Abril.

### COMISSÃO JULGADORA

As campanhas inscritas serão julgadas por um júri qualificado, composto por reconhecidos profissionais de criação, criação on-line e mídia. Esses profissionais são selecionados pela organização do **Prêmio Abril de Publicidade**.

Os jurados ligados às agências de publicidade não poderão votar em trabalhos da agência a que estejam ligados ou em campanhas das quais tenham participado da elaboração em outra(s) agência(s) como trabalhos de agências coligadas.

A decisão final do júri será única e absoluta, não podendo ser recorrida.

O julgamento destes trabalhos será auditado.

### ENTREGA DO PRÊMIO

Os trabalhos vencedores serão divulgados durante a entrega do **Prêmio Abril de Publicidade 2010**, que será realizada no dia 26 de maio de 2010, na cidade de São Paulo.

### ENDEREÇO PARA ENVIO DO MATERIAL

#### Editora Abril

Av. das Nações Unidas, 7221 • 15º andar • Prêmio Abril de Publicidade  
CEP 05425-902 • Pinheiros • São Paulo • SP

## INSCRIÇÕES

### CLÁUSULAS IMPORTANTES

- Todos os conceitos e raciocínios constantes na ficha de inscrição poderão ser divulgados pelo Grupo Abril. Informações de mercado e exclusivas de anunciantes e agências não serão divulgadas, a não ser com a prévia autorização dos responsáveis.
- Todas as campanhas inscritas terão seus direitos de uso cedidos ao Grupo Abril para publicação promocional, divulgação, apresentações e demais materiais do **PRÊMIO ABRIL DE PUBLICIDADE 2010**.
- Os participantes, inscritos, convidados e jurados autorizam a utilização de fotos tiradas nas votações e na festa de premiação em São Paulo para divulgação em publicações promocionais, apresentações e demais materiais do **PRÊMIO ABRIL DE PUBLICIDADE 2010**.
- Todo material inscrito é de propriedade do Grupo Abril e não será devolvido.
- A pessoa responsável pela inscrição, representante da agência de publicidade, ao assinar a ficha de inscrição da campanha está de acordo com todas as cláusulas deste regulamento que estão disponíveis no site do Prêmio Abril • [www.premioabril.com.br](http://www.premioabril.com.br)
- A organização do **PRÊMIO ABRIL DE PUBLICIDADE 2010** tem soberania para decidir sobre a exclusão de inscrições incompletas, a eventual eliminação de uma mesma campanha inscrita como diversas campanhas isoladas ou para julgar outros casos não previstos neste regulamento.

## CRIAÇÃO REVISTA

Poderão se inscrever no **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Revista** as agências de publicidade localizadas na Grande São Paulo.

### Veja a lista de cidades para esta categoria:

Arujá, Barueri, Biritiba-Mirim, Caieiras, Cajamar, Carapicuíba, Cotia, Diadema, Embu, Embu-Guaçu, Ferraz de Vasconcelos, Francisco Morato, Franco da Rocha, Guararema, Guarulhos, Itapeceira da Serra, Itapeví, Itaquaquecetuba, Jandira, Jquitiba, Mairiporã, Mauá, Mogi das Cruzes, Osasco, Pirapora do Bom Jesus, Poá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Salesópolis, Santa Isabel, Santana de Parnaíba, Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, São Lourenço da Serra, São Paulo, Suzano, Taboão da Serra, Vargem Grande Paulista.

É condição básica para a inscrição na categoria **Criação Revista** que a campanha tenha sido veiculada em, pelo menos, uma das revistas (conforme anexo) da Editora Abril durante o período de janeiro a dezembro de 2009, independentemente do seu formato ou frequência de veiculação.

Além das tradicionais veiculações em páginas de revistas, poderão participar formatos diferenciados como: encartes, publicações customizadas, etc. As campanhas também podem ter utilizado outras plataformas de mídia da Editora Abril - como sites, eventos, mobile, etc. - desde que também tenham sido veiculadas em alguma revista da Editora.

Poderão se inscrever campanhas que também estejam inscritas na categoria **Mídia Editora Abril**, desde que também se qualifiquem como case de criação.

**Obs.:** São aceitos no máximo cinco anúncios por campanha.  
A equipe Abril desclassificará peças extras a seu critério.

## CRIAÇÃO REVISTA

### VOTAÇÃO

Veja os critérios de avaliação para os prêmios da Categoria **Criação Revista**:

#### ► Prêmio Grand Prix de Criação

Para a campanha que traduziu da maneira mais criativa o objetivo da campanha.

#### ► Prêmio Melhor Utilização do Meio Revista

Para a campanha que melhor utilizou os recursos que a mídia impressa oferece: recortes, encartes, personalizações, interações com o leitor etc.

#### ► Prêmio Opinião do Leitor

As vinte melhores campanhas selecionadas pelo júri são votadas por leitores da Editora Abril.

Para os prêmios **Grand Prix de Criação** e **Melhor Utilização do Meio Revista**, as campanhas inscritas serão expostas ao júri, que votará em duas etapas. A primeira etapa selecionará as 100 (cem) melhores campanhas. Na segunda fase, entrarão as quatro vencedoras regionais para avaliação final.

Para votar nas campanhas inscritas, os jurados deverão seguir os critérios listados anteriormente.

A pontuação de cada campanha é formada pela média das notas dadas pelos jurados, excluindo a nota maior e a menor (critério olímpico). As nove melhores serão as campanhas finalistas. A que obtiver maior pontuação será a vencedora do **Prêmio Grand Prix de Criação**.

No caso de empate, o prêmio será concedido a ambos os vencedores.

O corpo de jurados também irá escolher, dentre as cem melhores campanhas da segunda fase da exposição, a que melhor tenha utilizado o Meio Revista. A campanha com melhor pontuação será a vencedora do **Prêmio Melhor Utilização do Meio Revista**.

No caso de empate, o prêmio será concedido a ambos os vencedores.

Para o **Prêmio Opinião do Leitor** a votação será realizada pela internet. Desta forma, os leitores da Editora Abril selecionarão, dentre as vinte campanhas melhor pontuadas pelo júri, a grande vencedora.

### PRÊMIOS

O **Prêmio Abril de Publicidade 2010** concede os seguintes prêmios aos profissionais responsáveis pelas campanhas inscritas (relacionados na ficha de inscrição):

#### ► Prêmio Grand Prix de Criação

A agência de publicidade vencedora do **Prêmio Grand Prix de Criação** será premiada com o espaço publicitário de uma página dupla nacional, nas revistas VEJA e EXAME, para a veiculação de um anúncio, alusivo ao prêmio recebido. O uso desse espaço é exclusivo da agência vencedora, sendo vetada a sua utilização por outra empresa, sua coligada ou não. O prazo de utilização desse espaço publicitário é de 60 (sessenta) dias a partir da data da premiação. Após esse período, a agência de publicidade perderá o direito à sua utilização.

Serão entregues dois troféus do **Prêmio Grand Prix de Criação**: aos profissionais da agência de publicidade que compõem a equipe de criação responsável pela campanha vencedora e ao cliente (empresa anunciante).

As agências de publicidade e anunciantes das nove campanhas classificadas como finalistas receberão os troféus de finalistas do **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Revista**.

#### ► Prêmio Melhor Utilização do Meio Revista

Para a campanha vencedora do **Prêmio Melhor Utilização do Meio Revista** serão entregues dois troféus: aos profissionais da agência de publicidade que compõem a equipe de criação responsáveis pela campanha vencedora e ao cliente (empresa anunciante).

#### ► Prêmio Opinião do Leitor

Para a campanha vencedora do **Prêmio Opinião do Leitor** serão entregues dois troféus: aos profissionais da agência de publicidade que compõem a equipe de criação responsáveis pela campanha vencedora e ao cliente (empresa anunciante).

## CRIAÇÃO REVISTA

### INSCRIÇÃO

A inscrição acontece em duas diferentes etapas:

#### 1º INSCRIÇÃO ON-LINE

Primeiro você preencherá todos os dados necessários na ficha de inscrição disponível no site [www.premioabril.com.br](http://www.premioabril.com.br).

##### Os dados são:

- 1 ▶ Contato da agência e de seu respectivo responsável pela inscrição (nome/endereço/e-mail/telefone), do anunciante responsável pela aprovação da campanha (nome/e-mail/ cargo) e da equipe responsável pela criação (nome/e-mail e cargo).
- 2 ▶ Título da Campanha
- 3 ▶ A quantidade de anúncios - lembre-se que aceitamos até cinco anúncios por campanha.
- 4 ▶ O título da revista (ou revistas), a edição ou o mês de veiculação do anúncio.
- 5 ▶ A defesa de criação da campanha.

##### A inscrição deve ser concluída.

**Apenas ao confirmar a inscrição, você finalizará a parte on-line.**

#### 2º ENVIO DO MATERIAL

Após a confirmação on-line da inscrição, você precisa enviar o material para a votação das campanhas pelos jurados.

##### Materiais para Participar:

- ▶ Duas cópias impressas da ficha de inscrição assinadas pelo responsável da agência.

- ▶ Duas provas digitais de todos os anúncios da campanha (de prelo, cromalim ou reprodução da própria revista refilada na marca de corte) com medidas de 32 cm de altura por 45 cm de largura no máximo. Cole no verso da campanha uma etiqueta de identificação, disponível no PDF da Ficha de Inscrição (Dentro do site de inscrições, no botão Ficha).

**Importante:** Essas provas serão apresentadas para a votação dos jurados. Não serão aceitas peças com medidas superiores às especificações ou montadas em cartão duplex ou prancha de foam board. É obrigatório proteger a impressão para não amassá-la.

**Sugestões:** Envie-as dentro de um tubo de projetos ou embalada entre duas cartolinas para não amassá-las.

- ▶ Uma impressão colorida de todos os anúncios da campanha. Imprima a prova em 4 cores, no formato A4, papel sulfite. Cole no verso de cada prova uma etiqueta de identificação.
- ▶ CD/DVD com arquivo digital dos anúncios: grave em um único CD/DVD o arquivo final e fechado de todos os anúncios da campanha, no formato TIF, com resolução 300 DPIs em tamanho natural. Cole no verso uma etiqueta de identificação. De preferência, envie o CD/DVD em um envelope de papel e colabore com a minimização de impacto ambiental. Não mande arquivos abertos ou compactados.

**É importante frisar que a inscrição só será concluída quando ambas as etapas (on-line e envio de material) forem finalizadas.**

**Será enviado um e-mail para o participante confirmando a inscrição.**

## CRIAÇÃO REVISTA REGIONAL

Poderão se inscrever no **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Revista Regional** as agências localizadas nas seguintes regiões:

- **Regional Rio**

Para agências localizadas no estado do Rio de Janeiro.

- **Regional Sul**

Para agências localizadas nos estados de Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul.

- **Regional Central**

Para agências localizadas nos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Distrito Federal, Minas Gerais, Espírito Santo e São Paulo (exceto cidades da Grande São Paulo).

- **Regional Norte/Nordeste**

Para agências localizadas nos estados de Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Pará, Amapá, Tocantins, Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia.

É condição básica para a inscrição na categoria **Criação Revista Regional** a campanha ter sido veiculada em, pelo menos, uma das revistas da Editora Abril durante o período de janeiro a dezembro de 2009, independentemente do seu formato ou frequência de veiculação.

Além das tradicionais veiculações em páginas de revistas, poderão participar formatos diferenciados como: encartes, publicações customizadas etc. As campanhas também podem ter utilizado outras plataformas de mídia da Editora Abril, como site, eventos, mobile e TV Abril.

Poderão se inscrever campanhas que estejam inscritas na categoria **Mídia Editora Abril**, desde que também se qualifiquem como case de criação.

**Obs.:** São aceitos no máximo 5 anúncios por campanha.

### VOTAÇÃO

A votação será on-line e o objetivo do júri é escolher a campanha, dentre as inscritas que traduza de maneira mais criativa o objetivo da campanha.

Cada jurado votará nas campanhas inscritas, segundo os critérios listados

acima. A pontuação de cada campanha é formada pela média das notas dadas pelos jurados, excluindo a nota maior e a menor (critério olímpico).

Cada categoria regional selecionará dez campanhas finalistas e, para a campanha de maior pontuação dentro de sua categoria, a vencedora do **Prêmio Criação Revista** de sua respectiva região.

No caso de empate, o prêmio será concedido a ambos os vencedores.

As vencedoras das quatro categorias regionais serão integradas às finalistas da Categoria **Criação Revista** para a avaliação final do júri.

Os jurados escolherão dentre as 104 finalistas as campanhas premiadas (**Grand Prix de Criação** e **Prêmio Melhor Utilização do Meio Revista**). E o júri popular irá selecionar sua campanha predileta (**Prêmio Opinião do Leitor**) entre as 20 melhores pontuadas.

### PRÊMIOS

O **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Revista Regional** é concedido aos profissionais das agências de publicidade responsáveis pela melhor campanha inscrita e ao cliente (empresa anunciante) de cada uma das quatro categorias regionais (Categoria **Regional Rio**, Categoria **Regional Sul**, Categoria **Regional Central** e Categoria **Regional Norte/Nordeste**).

As quatro agências de publicidade vencedoras do **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Revista Regional** serão premiadas com o espaço publicitário de uma página simples na revista VEJA, no caderno regional de sua praça, para a veiculação de um anúncio alusivo ao **Prêmio Abril de Publicidade 2010**. O uso desse espaço é estritamente exclusivo da agência de publicidade vencedora, sendo vetada a sua utilização por outra empresa, sua coligada ou não. O prazo de utilização desse espaço publicitário é de 60 (sessenta) dias a partir da data da premiação. Após esse período, a agência de publicidade perderá o direito à sua utilização.

Serão entregues dois troféus do **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Revista Regional** aos profissionais da agência de publicidade vencedora responsáveis pela campanha e ao cliente

## CRIAÇÃO REVISTA REGIONAL

(empresa anunciante) para cada um dos quatro vencedores regionais (Categoria **Regional Rio**, Categoria **Regional Sul**, Categoria **Regional Central** e Categoria **Regional Norte/Nordeste**).

As agências e os anunciantes das campanhas classificadas como finalistas receberão o troféu de finalistas do **Prêmio Abril de Publicidade 2010 • Categoria Criação Revista Regional**.

Também concorrerão ao **Prêmio Abril de Publicidade 2010 • Categoria Criação Revista** (Grand Prix de Criação, Prêmio Melhor Utilização do Meio Revista e Prêmio Opinião do Leitor) as campanhas vencedoras de cada região.

### INSCRIÇÃO

A inscrição acontece em duas diferentes etapas:

#### 1º INSCRIÇÃO ON-LINE

Primeiro você preencherá todos os dados necessários na ficha de inscrição disponível no site [www.premioabril.com.br](http://www.premioabril.com.br).

#### Os dados são:

- 1 ▶ Contato da agência e de seu respectivo responsável pela inscrição (nome/endereço/e-mail/telefone), do anunciante responsável pela aprovação da campanha (nome/e-mail/cargo) e da equipe responsável pela criação (nome/e-mail e cargo).
- 2 ▶ Título da Campanha
- 3 ▶ A quantidade de anúncios - lembre-se que aceitamos até cinco anúncios por campanha.
- 4 ▶ O título da revista (ou revistas), a edição ou o mês de veiculação do anúncio.
- 5 ▶ A defesa de criação da campanha.

**É importante seguir todas as instruções para não prejudicar a sua campanha na votação.**

- 6 ▶ Fazer o upload dos anúncios da campanha no site de inscrição no formato JPG em RGB com resolução de 150 DPIs e no tamanho natural do anúncio (mesmas dimensões utilizadas na publicação).

Este material é exclusivo para a votação das campanhas pelos jurados.

**A inscrição deve ser concluída.**

**Apenas ao confirmar a inscrição, você finalizará a parte on-line.**

#### 2º ENVIO DO MATERIAL

Após a confirmação on-line da inscrição, você precisa enviar o material para a votação das campanhas pelos jurados.

#### Materiais para Participar:

- ▶ Duas cópias impressas da ficha de inscrição assinadas pelo responsável da agência.
- ▶ Uma impressão colorida de todos os anúncios da campanha. Imprima a prova em 4 cores, no formato A4, papel sulfite. Cole no verso de cada prova uma etiqueta de identificação.
- ▶ CD/DVD com arquivo digital dos anúncios: grave em um único CD/DVD o arquivo final e fechado de todos os anúncios da campanha, no formato TIF, com resolução 300 DPIs em tamanho natural (mesmas dimensões utilizadas na publicação). Cole no verso uma etiqueta de identificação. De preferência, envie o CD/DVD em um envelope de papel e colabore com a minimização de impacto ambiental. Não mande arquivos abertos ou compactados.

**É importante frisar que a inscrição só será concluída quando ambas as etapas (on-line e envio de material) forem finalizadas.**

**Será enviado um e-mail para o participante confirmando a inscrição.**

## CRIAÇÃO INTERNET

É condição básica para a inscrição no **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Internet** a veiculação da campanha em algum site do Grupo Abril de, pelo menos, 100.000 impressões no período de janeiro a dezembro de 2009, independentemente de seu formato.

Poderá participar qualquer tipo de campanha em diferentes formatos: banners, botões, pop-ups, superstitials, floating ads, Sky scrapers etc.

As campanhas inscritas podem ser multiplataformas, com veiculação em outras plataformas do Grupo Abril - como revista, mobile, eventos, TV, desde que também tenham sido veiculadas em algum site do Grupo Abril.

**Obs.:** São aceitos no máximo cinco anúncios por campanha.

### VOTAÇÃO

A votação será on-line e o objetivo do júri é selecionar, entre as campanhas inscritas, a mais criativa nos recursos oferecidos pelo meio digital e eficiente na interação com o internauta.

Para votar nas campanhas inscritas, os jurados deverão seguir os critérios listados anteriormente. Os pontos de cada campanha são formados pela média das notas dadas pelos jurados, excluindo a nota maior e a menor (critério olímpico). A campanha vencedora será a que obtiver maior pontuação.

No caso de empate, o prêmio será concedido a ambos os vencedores.

### PRÊMIO

O **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Internet** é concedido aos profissionais da agência de publicidade responsáveis pela melhor campanha inscrita e ao cliente (empresa anunciante).

A agência de publicidade vencedora será premiada com o espaço publicitário de uma página simples nacional, nas revistas VEJA e EXAME, e 2 milhões de impressões em formato full banner em pelo menos um dos sites da Editora Abril para a veiculação de um anúncio de sua criação, alusivo

ao **Prêmio Abril de Publicidade 2010**. O uso desses espaços é estritamente exclusivo da agência de publicidade vencedora, sendo vetada sua utilização por outra empresa, sua coligada ou não. O prazo de utilização desses espaços publicitários é de 60 (sessenta) dias a partir da data da premiação. Após esse período, a agência de publicidade perderá o direito à sua utilização.

O crédito no formato full banner pode ser convertido para outros formatos de publicidade on-line (digital), de acordo com a tabela de conversão da Editora Abril e disponibilidade de espaços nos sites.

Serão entregues dois troféus aos ganhadores do **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Internet**: aos profissionais da agência de publicidade vencedora responsáveis pela campanha e ao cliente (empresa anunciante).

As quatro campanhas melhor pontuadas serão finalistas e receberão o troféu de finalistas do **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação Internet**.

### INSCRIÇÃO

A inscrição acontece em duas diferentes etapas:

#### 1º INSCRIÇÃO ON-LINE

Primeiro você preencherá todos os dados necessários na ficha de inscrição disponível no site [www.premioabril.com.br](http://www.premioabril.com.br)

**Os dados são:**

- 1 ► Contato da agência e de seu respectivo responsável pela inscrição (nome/endereço/e-mail/telefone), do anunciante responsável pela aprovação da campanha (nome/e-mail/ cargo) e da equipe responsável pela criação (nome/e-mail e cargo).
- 2 ► Título da Campanha
- 3 ► A quantidade de anúncios - lembre-se que aceitamos até cinco anúncios por campanha.

## CRIAÇÃO INTERNET

- 4 ▶ O site (ou sites) onde o anúncio foi veiculado, o período de veiculação, o número de impressões e URL (s) onde se localiza a campanha.

**Importante:** Ao inscrever sua campanha de Internet pelo site, você precisa informar a URL onde a peça inscrita esteja disponível (deixar os anúncios ativos até 28/05/2010) para a votação dos jurados. Não esqueça: A URL deve levar diretamente a uma única peça, sem páginas intermediárias. Caso você inscreva mais de uma peça, insira uma URL de cada peça. A agência de publicidade é responsável pela manutenção da URL, que deve ser compatível com o Internet Explorer 6.0 e versões superiores.

- 5 ▶ A defesa de criação da campanha.

**A inscrição deve ser concluída.**

**Apenas ao confirmar a inscrição, você finalizará a parte on-line.**

### 2º ENVIO DO MATERIAL

Após a confirmação on-line da inscrição, você precisa enviar o material abaixo:

#### Materiais para Participar:

- ▶ Duas cópias impressas da ficha de inscrição assinadas pelo responsável da agência.
- ▶ Uma impressão colorida de todos os anúncios da campanha. Imprima a prova em 4 cores, no formato A4, papel sulfite. Cole no verso de cada prova uma etiqueta de identificação.

**É importante frisar que a inscrição só será concluída quando ambas as etapas (on-line e envio de material) forem finalizadas.**

**Será enviado um e-mail para o participante confirmando a sua inscrição.**

## CRIAÇÃO TV

É condição básica para a inscrição no **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação TV** a veiculação da campanha no canal MTV durante o período de janeiro a dezembro de 2009, independentemente da secundagem ou frequência de veiculação.

São aceitos anúncios com até dois minutos de conteúdo.

As campanhas inscritas podem ser multiplataformas, com veiculação em outras plataformas da MTV (sites e outros), desde que também tenham sido veiculadas no canal MTV.

**Obs.:** São aceitos no máximo cinco anúncios por campanha.

### VOTAÇÃO

A votação será on-line e o objetivo do júri é selecionar, entre as inscritas, a campanha que melhor utilizou o meio TV de forma criativa, inovadora e alinhada com seu público.

Para votar nas campanhas inscritas, os jurados deverão seguir os critérios listados anteriormente. A pontuação de cada campanha é formada pela média das notas dadas pelos jurados, excluindo a nota maior e a menor (critério olímpico). A campanha vencedora será a que obtiver maior pontuação.

No caso de empate, o prêmio será concedido a ambos os vencedores.

### PRÊMIO

O **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Criação TV** é concedido aos profissionais da agência de publicidade responsáveis pela melhor campanha inscrita e ao cliente (empresa anunciante).

A agência de publicidade vencedora será premiada com um espaço publicitário para veiculação de anúncio alusivo ao prêmio no canal MTV, em programa e horário a serem definidos. O uso desse espaço é estritamente exclusivo da agência vencedora, sendo vetada sua utilização por outra

## CRIAÇÃO TV

empresa, sua coligada ou não.

Serão entregues dois troféus aos profissionais da agência de publicidade que compõem a equipe responsável pela campanha vencedora e ao cliente (empresa anunciante). As quatro campanhas melhor pontuadas serão finalistas e receberão o troféu de finalistas.

### INSCRIÇÃO

A inscrição acontece em duas diferentes etapas:

#### 1º INSCRIÇÃO ON-LINE

Primeiro você preencherá todos os dados necessários na ficha de inscrição disponível no site [www.premioabril.com.br](http://www.premioabril.com.br).

##### Os dados são:

- 1 ▶ Contato da agência e de seu respectivo responsável pela inscrição (nome/endereço/e-mail/telefone), do anunciante responsável pela aprovação da campanha (nome/e-mail/ cargo), da equipe responsável pela criação (nome/e-mail e cargo) e da produtora.
- 2 ▶ Título da Campanha
- 3 ▶ A quantidade de anúncios - lembre-se que aceitamos até cinco anúncios por campanha.
- 4 ▶ O formato, o período de veiculação do(s) anúncio(s) e o número de inserções feitas.
- 5 ▶ A defesa de criação da campanha.
- 6 ▶ Fazer o upload dos anúncios da campanha no site de inscrição no formato FLV no tamanho de 1024 X768. Este material é exclusivo para a votação das campanhas pelos jurados.

**É importante seguir as instruções acima para não prejudicar a sua**

**campanha na votação.**

**A inscrição deve ser concluída.**

**Apenas ao confirmar a inscrição, você finalizará a parte on-line.**

#### 2º ENVIO DO MATERIAL

Após a confirmação on-line da inscrição, você precisa enviar os materiais abaixo:

##### Materiais para Participar:

- ▶ Duas cópias impressas da ficha de inscrição assinadas pelo responsável da agência.
- ▶ Cópia dos filmes em formato AVI. Grave os filmes de uma mesma campanha em único CD/DVD. Deixe um intervalo entre os filmes. Cole no verso do CD/DVD uma etiqueta de identificação, disponível no PDF da ficha de inscrição (dentro do site de inscrições, no botão ficha). De preferência envie o CD/DVD em um envelope de papel e colabore com a minimização do impacto ambiental. Não mande arquivos abertos ou compactados.
- ▶ Uma impressão colorida de dois quadros de cada filme para identificação. Imprima a prova em 4 cores, no formato A4, papel sulfite. Cole no verso de cada prova uma etiqueta de identificação.

**É importante frisar que a inscrição só será concluída quando ambas as etapas (on-line e envio de material) forem finalizadas.**

**Será enviado um e-mail para o participante confirmando a sua inscrição.**

## MÍDIA EDITORA ABRIL

É condição básica para a inscrição no **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Mídia Editora Abril** a campanha ter sido veiculada numa das revistas da Editora Abril (vide anexo) durante o período de janeiro a dezembro de 2009, independentemente do seu formato ou frequência de veiculação.

Poderá ser inscrito qualquer tipo de campanha em diferentes formatos: edições especiais diferenciadas, patrocínios, promoções, encartes, projetos especiais, publicações customizadas, eventos etc.

A veiculação das campanhas também pode ter sido feita em outras plataformas de mídia da Editora Abril – como revista, site, mobile, eventos, entre outros.

Poderão ser inscritas campanhas que concorrem também na Categoria **Criação Revista**, contanto que se caracterizem como case de mídia.

**Obs.:** Nesta categoria não há limite para inserção de anúncios.

### VOTAÇÃO

O Júri se reunirá para analisar as campanhas inscritas. O presidente do Júri será selecionado pela organização do **Prêmio Abril de Publicidade 2010**.

O objetivo do júri é selecionar a campanha que apresente a melhor estratégia de mídia e que tenha obtido maior resultado no impacto do público-alvo. Aspectos de criação não serão considerados.

Para votar nas campanhas inscritas, os jurados deverão seguir os critérios listados anteriormente. A pontuação de cada campanha é formada pela média das notas dadas pelos jurados, excluindo a nota maior e a menor (critério olímpico). As dez campanhas com maior pontuação irão compor uma lista final (shortlist), que será submetida novamente ao júri, que, então, escolherá a campanha vencedora. Após a definição da shortlist, poderá haver a inclusão de algumas campanhas que serão definidas a critério do presidente do júri.

### PRÊMIO

O **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Mídia Editora Abril** concede o **Prêmio Grand Prix de Mídia Editora Abril** aos profissionais de mídia da agência de publicidade responsáveis pela melhor campanha inscrita e ao cliente (empresa anunciante).

A agência de publicidade vencedora será premiada com o espaço publicitário de uma página dupla nacional, nas revistas VEJA e EXAME, para a veiculação de um anúncio de sua criação, alusivo ao **Prêmio Abril de Publicidade 2010**. O uso desse espaço é estritamente exclusivo da agência de publicidade vencedora, sendo vetada sua utilização por outra empresa, sua coligada ou não.

O prazo de utilização desse espaço publicitário é de 60 (sessenta) dias a partir da data da premiação. Após esse período, a agência de publicidade perderá o direito à sua utilização.

Serão entregues dois troféus do **Prêmio Grand Prix de Mídia Editora Abril**: aos profissionais da agência de publicidade vencedora responsáveis pela campanha e ao cliente (empresa anunciante).

As quatro campanhas melhor pontuadas serão finalistas e receberão o troféu de finalistas do **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Mídia Editora Abril**.

### INSCRIÇÃO

A inscrição acontece em duas diferentes etapas:

#### 1º INSCRIÇÃO ON-LINE

Primeiro você preencherá todos os dados necessários na ficha de inscrição disponível no site [www.premioabril.com.br](http://www.premioabril.com.br).

#### Os dados são:

- 1) Contato da agência e de seu respectivo responsável pela inscrição (nome/endereço/e-mail/telefone), do anunciante responsável pela aprovação da campanha (nome/e-mail/ cargo) e da equipe de mídia responsável (nome/e-mail e cargo).

## MÍDIA EDITORA ABRIL

- 2 ▶ Título da Campanha
- 3 ▶ A quantidade de anúncios
- 4 ▶ O título da revista (ou revistas), a edição ou o mês de veiculação do(s) anúncio(s) e caso tenha veiculação em Internet, o site (ou sites) onde o(s) anúncio(s) foi veiculado, o período de veiculação, o número de impressões e URL(s) onde se localiza a campanha.
- 5 ▶ Defesa do case de mídia (é necessário responder quatro perguntas sobre a campanha).

**A inscrição deve ser concluída.**

**Apenas ao confirmar a inscrição, você finalizará a parte on-line.**

### 2º ENVIO DO MATERIAL

Após a confirmação on-line da inscrição, você precisa enviar o material para a votação das campanhas pelos jurados.

#### **Materiais para Participar:**

- ▶ Duas cópias impressas da ficha de inscrição assinadas pelo responsável da agência.
- ▶ Prancha Conceito ou Exhibition Board – envie o arquivo final e fechado da prancha conceito gravado em CD/DVD, no formato TIF com resolução de 300 DPIs em tamanho 35(l) x 23(h) cm e uma impressão colorida em formato A3. Não serão aceitas pranchas montadas em cartão duplex ou prancha de foam board. Cole no verso do CD/DVD e da impressão colorida uma etiqueta de identificação, disponível dentro do site de inscrições, botão ficha de inscrição.

De preferência envie o CD/DVD em um envelope de papel e colabore com a minimização de impacto ambiental. Não mande arquivos abertos ou compactados.

- ▶ Arquivo digital dos anúncios: grave em um único CD/DVD o arquivo final e fechado de todos os anúncios da campanha, no formato TIF, com resolução 300 DPIs em tamanho natural. Cole no verso uma etiqueta de identificação. De preferência, envie o CD/DVD em um envelope de papel e colabore com a minimização de impacto ambiental. Não mande arquivos abertos ou compactados.

**Importante:** Ao inscrever anúncios de Internet que fazem parte do case de mídia, você precisa fornecer a URL ativa no site de inscrição (deixar os anúncios ativos até 28/05/2010). Não esqueça: A URL deve levar diretamente a uma única peça, sem páginas intermediárias. Caso você inscreva mais de uma peça, insira uma URL para cada. A agência de publicidade é responsável pela manutenção da URL, que deve ser compatível com o Internet Explorer 6.0 e versões superiores.

- ▶ Uma impressão colorida de todos os anúncios da campanha e de cada peça de Internet, caso a campanha conte com o uso de mídia on-line. Imprima a prova em 4 cores, no formato A4, papel sulfite. Cole no verso de cada prova uma etiqueta de identificação.

#### **Facultativo • Case em Filme e Materiais Diversos**

- ▶ **Case em Filme** • envie o arquivo em formato AVI. Cole no verso do CD/DVD uma etiqueta de identificação, disponível dentro do site de inscrições, Botão Ficha. Serão aceitos filmes com no máximo dois minutos de duração.
- ▶ **Materiais diversos** • você pode enviar materiais físicos que fizeram parte da campanha e que são necessários para melhor compreensão e avaliação do case.

**É importante frisar que a inscrição só será concluída quando ambas as etapas (on-line e envio de material) forem finalizadas.**

**Será enviado um e-mail para o participante confirmando a sua inscrição.**

## MÍDIA TV

É condição básica para a inscrição no **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Mídia TV** a campanha ter sido veiculada no canal MTV durante o período de janeiro a dezembro de 2009, independentemente da secundagem ou frequência de veiculação.

Poderá ser inscrito qualquer tipo de campanha: anúncios (de diferentes formatos: comercial de 15', 30', 45', 60' e outros formatos de secundagem de até dois minutos), patrocínios, promoções, projetos especiais, merchandising, eventos e outras ações.

As campanhas inscritas podem ser multiplataformas, com veiculação em outras plataformas de mídia da MTV (sites e outros), desde que também tenham sido veiculadas no canal MTV.

Poderão ser inscritas campanhas que concorrem também na Categoria **Criação TV**, contanto que também se caracterizem como case de mídia.

## VOTAÇÃO

O júri se reunirá para analisar as campanhas inscritas. O presidente do júri será selecionado pela organização do **Prêmio Abril de Publicidade 2010**.

O objetivo do júri é selecionar a campanha que melhor utilizou o meio TV de forma criativa, inovadora e alinhada com seu público. Aspectos de criação não serão considerados.

Para votar nas campanhas inscritas, os jurados deverão seguir os critérios listados anteriormente. A pontuação de cada campanha é formada pela média das notas dadas pelos jurados, excluindo a nota maior e a menor (critério olímpico). As dez campanhas com maior pontuação irão compor uma lista final (shortlist), que será submetida novamente ao júri, que, então, escolherá a campanha vencedora. Após a definição da shortlist, poderá haver a inclusão de algumas campanhas que serão definidas a critério do presidente do júri.

## PRÊMIO

O **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Mídia TV** é concedido aos profissionais de mídia da agência de publicidade responsável pela melhor campanha inscrita e ao cliente (empresa anunciante).

A agência de publicidade vencedora será premiada com um espaço publicitário para veiculação de anúncio alusivo ao prêmio no canal MTV, em programa e formato a serem definidos. O uso desse espaço é exclusivo da agência vencedora, sendo vetada a sua utilização por outra empresa, sua coligada ou não.

Serão entregues dois troféus aos profissionais da agência de publicidade vencedora responsáveis pela campanha e ao cliente (empresa anunciante).

As quatro campanhas melhor pontuadas serão finalistas e receberão o troféu de finalistas do **Prêmio Abril de Publicidade 2010** • Categoria **Mídia TV**.

## INSCRIÇÃO

A inscrição acontece em duas diferentes etapas:

### 1º INSCRIÇÃO ON-LINE

Primeiro você preencherá todos os dados necessários na ficha de inscrição disponível no site [www.premioabril.com.br](http://www.premioabril.com.br).

#### Os dados são:

- 1 ▶ Contato da agência e de seu respectivo responsável pela inscrição (nome/endereço/e-mail/telefone), do anunciante responsável pela aprovação da campanha (nome/e-mail/ cargo) e da equipe de mídia responsável (nome/e-mail e cargo).
- 2 ▶ Título da Campanha
- 3 ▶ A quantidade de anúncios

## MÍDIA TV

- 4 ▶ O formato, o período de veiculação do(s) anúncio(s) e seu respectivo número de inserções. Caso tenha veiculação em Internet, o site (ou sites) onde o(s) anúncio(s) foi veiculado, o período de veiculação, o número de impressões e URL(s) onde se localiza a campanha.
- 5 ▶ Defesa do case de mídia (é necessário responder quatro perguntas sobre a campanha).

**A inscrição deve ser concluída.**

**Apenas ao confirmar a inscrição, você finalizará a parte on-line.**

### 2º ENVIO DO MATERIAL

Após a confirmação on-line da inscrição, você precisa enviar o material para a votação das campanhas pelos jurados.

#### Materiais para Participar:

- ▶ Duas cópias impressas da ficha de inscrição assinadas pelo responsável da agência.
- ▶ Prancha Conceito ou Exhibition Board – envie o arquivo final e fechado da prancha conceito gravado em CD/DVD, no formato TIF com resolução de 300 DPIs em tamanho 35(l) x 23(h) cm e uma impressão colorida em formato A3. Não serão aceitas pranchas montadas em cartão duplex ou prancha de foam board. Cole no verso do CD/DVD e da impressão colorida uma etiqueta de identificação, disponível dentro do site de inscrições, botão ficha de inscrição.

De preferência envie o CD/DVD em um envelope de papel e colabore com a minimização de impacto ambiental. Não mande arquivos abertos ou compactados.

**Importante:** Ao inscrever anúncios de Internet que fazem parte do case de mídia, você precisa fornecer a URL ativa no site de inscrição (deixar os anúncios ativos até 28/05/2010).. Não esqueça: A URL deve

levar diretamente a uma única peça, sem páginas intermediárias. Caso você inscreva mais de uma peça, insira uma URL para cada. A agência de publicidade é responsável pela manutenção da URL, que deve ser compatível com o Internet Explorer 6.0 e versões superiores.

- ▶ Cópia dos filmes em formato AVI, grave os filmes de uma mesma campanha em único CD/DVD. Deixe um intervalo entre os filmes. Cole no verso do CD/DVD uma etiqueta de identificação, disponível no PDF da ficha de inscrição (dentro do site de inscrições, no botão ficha). De preferência envie o CD/DVD em um envelope de papel e colabore com a minimização do impacto ambiental. Não mande arquivos abertos ou compactados.
- ▶ Uma impressão colorida de todos os anúncios da campanha e de cada peça de Internet, caso a campanha conte com o uso de mídia on-line. Imprima a prova em 4 cores, no formato A4, papel sulfite. Cole no verso de cada prova uma etiqueta de identificação.

#### Facultativo • Case em Filme e Materiais Diversos

- ▶ **Case em Filme** • envie o arquivo em formato AVI. Cole no verso do CD/DVD uma etiqueta de identificação, disponível dentro do site de inscrições, Botão Ficha. Serão aceitos filmes com no máximo dois minutos de duração.
- ▶ **Materiais diversos** • você pode enviar materiais físicos que fizeram parte da campanha e que são necessários para melhor compreensão e avaliação do case.

**É importante frisar que a inscrição só será concluída quando ambas as etapas (on-line e envio de material) forem finalizadas.**

**Será enviado um e-mail para o participante confirmando a sua inscrição.**

## ANEXO

### Relação das **revistas** para os Prêmios **Criação Revista** **Criação Revista Regional • Mídia Editora Abril**

Abril Coleções  
Almanaque Abril  
AnaMaria  
Arquitetura & Construção  
Aventuras na História  
Boa Forma  
Bons Fluidos  
Bravo!  
Capricho  
Casa Claudia  
Casa Claudia Luxo  
Claudia  
Claudia Bebê  
Contigo!  
Elle  
Estilo  
Exame  
Exame Melhores e Maiores  
Exame PME  
Gloss  
Guias do Estudante  
Guias Quatro Rodas  
Info  
Jornal Placar  
Loveteen  
Manequim  
Manequim Noiva  
Men's Health  
Minha Novela  
Mundo Estranho  
National Geographic

Nova  
Nova Escola  
Pinte e Brinque  
Pinte Legal  
Placar  
Playboy  
Princesas  
Quadrinhos Disney  
Quatro Rodas  
Quatro Rodas Moto  
Recreio  
Revista A  
Revista da Semana  
Runner's  
Saúde  
Sou + eu!  
Superinteressante  
Tititi  
Veja  
Veja Rio de Janeiro  
Veja São Paulo  
Veja Regionais  
Viagem e Turismo  
Vida Simples  
VIP  
Viva mais  
Você S/A  
Você S/A RH  
Witch  
Women's Health

OBS.: Edições especiais dos títulos acima também estão contempladas.

### Relação dos **sites** para o Prêmio **Criação Internet**

Abril.com  
Almanaque Abril  
AnaMaria  
Arquitetura & Construção  
Aventuras na História  
Bebe.com  
BlogBlogs  
Boa Forma  
Bons Fluidos  
Bravo!  
Capricho  
Casa Claudia  
Casa Claudia Luxo  
Casa.com  
Claudia  
Claudia Bebê  
Contigo!  
Elle  
Estilo  
Exame  
Exame PME  
Gloss  
Guia do Estudante  
Guia Quatro Rodas  
Info  
Info Corporate  
Jovem.abril.com  
Loveteen  
Manequim  
MdeMulher  
Men's Health  
Minha Novela  
MTV  
Mundo Estranho  
National Geographic  
Nova  
Nova Escola  
Pinte Legal  
Placar  
Playboy  
Princesas

Quadrinhos Disney  
Quatro Rodas  
Recreio  
Revista A  
Runner's  
Saúde  
Sou + eu!  
Superinteressante  
Supersurf  
Tititi  
Veja.com  
Veja São Paulo  
Veja Rio de Janeiro  
Veja Regionais  
Veja ABC  
Veja Belém  
Veja Belo Horizonte  
Veja Brasília  
Veja Campinas  
Veja Curitiba  
Veja Espírito Santos  
Veja Fortaleza  
Veja Goiânia  
Veja Maceió  
Veja Manaus  
Veja Natal  
Veja Porto Alegre  
Veja Praia - Baixada Santista  
Veja Recife  
Veja Salvador  
Veja Santa Catarina  
Veja Vale do Paraíba  
Viagem e Turismo  
Viajeaqui.com.br  
Vida Simples  
VIP  
Viva mais  
Você S/A  
Você S/A RH  
Witch  
Women's Health

### Canal e **site** para os Prêmios **Criação TV** e **Mídia TV**

MTV

## ANEXO

### Relação dos **sites** para o Prêmio **Mídia Editora Abril**

Abril.com  
Almanaque Abril  
AnaMaria  
Arquitetura & Construção  
Aventuras na História  
Bebe.com  
BlogBlogs  
Boa Forma  
Bons Fluidos  
Bravo!  
Capricho  
Casa Claudia  
Casa Claudia Luxo  
Casa.com  
Claudia  
Claudia Bebê  
Contigo!  
Elle  
Estilo  
Exame  
Exame PME  
Gloss  
Guia do Estudante  
Guia Quatro Rodas  
Info  
Info Corporate  
Jovem.abril.com  
Loveteen  
Manequim  
MdeMulher  
Men's Health  
Minha Novela  
Mundo Estranho  
National Geographic  
Nova  
Nova Escola  
Pinte Legal  
Placar  
Playboy  
Princesas  
Quadrinhos Disney

Quatro Rodas  
Recreio  
Revista A  
Runner's  
Saúde  
Sou + eu!  
Superinteressante  
Supersurf  
Titi  
Veja.com  
Veja São Paulo  
Veja Rio de Janeiro  
Veja Regionais  
Veja ABC  
Veja Belém  
Veja Belo Horizonte  
Veja Brasília  
Veja Campinas  
Veja Curitiba  
Veja Espírito Santo  
Veja Fortaleza  
Veja Goiânia  
Veja Maceió  
Veja Manaus  
Veja Natal  
Veja Porto Alegre  
Veja Praia - Baixada Santista  
Veja Recife  
Veja Salvador  
Veja Santa Catarina  
Veja Vale do Paraíba  
Viagem e Turismo  
Viajeaqui.com.br  
Vida Simples  
VIP  
Viva mais  
Você S/A  
Você S/A RH  
Witch  
Women's Health