



# CATEGORÍAS

## FIP FESTIVAL 2022



Festival internacional de Marketing,  
Nuevas Técnicas de Comunicación,  
Innovación y Eventos



# Mensagem ao participante

O FIP é um concurso que recompensa um amplo espectro de técnicas de marketing e comunicação. Analisar 21 segmentos, incluindo - a partir deste ano - o chamado "SuperFIP" que receberá um prêmio especial, "Lanzamientos y" Re-Lanzamientos "e" Marketing Social "

A extraordinária evolução das ferramentas de comunicação comercial fez com que o festival, uma vez consolidado, permitisse outras alternativas de comunicação e técnicas publicitárias, que constituem o notável número atual de 20 categorias de categorias analisadas e julgadas. E no futuro, é evidente que continuarão a crescer. Na mesma proporção, o mercado que os usa cresce visivelmente. Apresentamos você, então, os 21 segmentos de disciplinas de marketing e suas respectivas categorias, nas quais você pode apresentar suas ações no FIP.

## Questões a considerar:

- **Descontos na escala de taxas**

Observe que, à medida que você acumula mais envios, maiores os descontos e menores os custos de inscrição das peças e também existe um plano de inscrição antecipada que recebe outro grande desconto. E se você pagar antecipadamente, obtém melhores preços.

Veja: "Taxas de inscrição" no site da FIP. (<http://fipfestival.com.ar/costos-inscripcion.php>)

- **Credenciais para cerimônia de premiação**

Você pode encomendar bilhetes para a cerimônia e pagá-los juntamente com suas inscrições. Se, então, você não pode vir, ele pode endossar e gera um crédito em favor de outro colega para participar. desconto de Compra Antecipada é de 10% (em dólares). Se você tem confiança, fazê-lo. É vantajoso.

- **Em "Mais Chances"**

Note que o FIP oferece uma série de interessantes categorias especiais em adição aos seus prêmios clássicos ouro, prata e bronze, entregou um FIP especial de cristal FIP. Como os dois últimos são mais pontos, se você ganhar, aumentar suas chances de conseguir categoria prêmios ou nacional (Agência do Ano / País). E ganhar pontos de Melhor Ação na América Latina e para o reconhecimento da FIP Titanium, chamado TRIÉNIO que premia os mais vencedoras 3 anos consecutivos como Agência do Ano



## RUBRO 1 · MARKETING PROMOCIONAL (MP)

Definimos Marketing Promocional como as atividades estratégicas focadas na obtenção de respostas positivas de um possível consumidor. Seja isso com intenções de venda imediata, teste de um produto ou para estabelecer uma marca na memória e obter resposta e posicionamento subsequentes. As ferramentas que podem ser utilizadas são numerosas e auxiliadas pela tecnologia estão em constante crescimento e diversificação, buscando fundamentalmente estabelecer o hábito de consumo de um produto e marca, espalhados ao longo do tempo.



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.1 Ações de produtos alimentícios e doces, geleias e salgadinhos**

Inclui produtos alimentícios de todos os tipos embalados ou para venda fracionada, refeições preparadas, produtos vegetais ou cárneos, frutas e qualquer outra possibilidade de alimentação humana. Inclui ações com carnes, peixes e mariscos, sopas de todo o tipo, enchidos, frutas e legumes, noodles, molhos, azeites e vinagres. Não exclui outras opções não mencionadas aqui.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.2 - Ações de Bebidas Alcoólicas e Não Alcoólicas**

Ações de bebidas alcoólicas em geral, aperitivos com baixo teor alcoólico, vinhos, cervejas, destilados, sidras e champanhes, vinhos espumantes, vodka, gins e similares. Inclui refrigerantes de todos os tipos, águas minerais, café, chá, sucos, salgadinhos com ervas, derivados de laticínios (bebíveis) e energizantes entre outros.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.3 - Ações de produtos relacionados a saúde, cosméticos e estética corporal**

Produtos para cuidados com a pele, perfumes, essências, produtos para cuidados com a pele, desodorantes, xampus, sabonetes e sais de banho, cremes especiais, pós, esmaltes. Inclui bronzeadores, tinturas de cabelo, repelentes, papel higiênico, maquiagem, entre outros. e elementos de jardim, entre outros. e elementos de jardim, entre outros.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.4 - Ações de automotores, motos e caminhões**

Inclui promoções de marcas, novos modelos, novos planos de financiamento, lançamentos especiais, tanto em automóveis, veículos utilitários e caminhões. Inclui road shows e apresentações em stands e exposições.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 1 · MARKETING PROMOCIONAL (MP)



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.5 - Ações de produtos, serviços bancários e financeiros.**

Para promoções bancárias, cartões de crédito / consumidor, planos de crédito especiais e outros serviços financeiros.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.6 - Ações de produtos relacionados a telefonia e comunicações.**

Ações usando telefonia em formatos móveis reduzidos, TV, vídeos, câmeras e câmeras de vídeo. Inclui rádio, provedores de Internet e novos recursos e elementos para comunicação)

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.7 - Ações para produtos eletrônicos**

Inclui promoções da marca, novos modelos, planos de financiamento e lançamentos especiais. inclui apresentações em stands e exposições

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.8 - EMOTIONAL MARKETING**

Essa variável é uma forma revolucionária de abordar o marketing. Como somos todos humanos, as emoções controlam até o pensamento mais racional. Utilizando conhecimentos de Psicologia e Sociologia colocamos as pessoas em primeiro lugar e por isso desenvolvemos campanhas que focam em extrair emoções do consumidor. Pessoas, afinal, são pessoas... e o mesmo executivo que assina um contrato de um milhão de dólares é também quem decide qual carro comprar ou para onde ir nas férias. Ou que cookies consumir... É disso que se trata o marketing projetado através das emoções

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MARKETING TURISTICO | MP.9 - Ações promocionais para Organizações de Viajes e Turismo.**

Para empresas de transporte, viagens e turismo, companhias aéreas, trens e ônibus, balsas e cruzeiros, agências de viagens, escritórios de turismo, hotéis, resorts, promoções da cidade e / ou país, aluguel de carros, passagens, academias saúde e dietas, festivais de música, orquestras, exposições e espetáculos, discotecas, bares, museus, galerias de arte, cinemas e teatros, clubes, loterias e jogos de azar.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.10 - Melhor ideia desenvolvida em temas Cultural, Lazer e Recreação.**

Arte e cultura na música, filmes e livros. Projetos e Desenvolvimentos de Universidades, escolas, organismos oficiais, fundações e ambientalistas. Eventos relacionados, festivais e congressos. Ações de empresas e mídia. Publicações e Patrocínios.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.11 - Melhor Promoção Itinerante.**

Refere-se às campanhas que utilizam meios mecânicos (móveis ou caravanas) movem-se continuamente e em um único programa de atividades para diferentes populações de um país, gerando uma proposta promocional dentro e ao redor do celular.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.12 - Ideias de Promoções Multimarcas**

Idéias que usam todo ou parte de um grupo de marcas de produtos de uma empresa ou de várias empresas serão premiadas por uma campanha que envolva simultaneamente todas elas



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.13 - Promo entertainment**

Promoções com jogos e eixos recreativos para adultos e crianças. Teatros e cinemas, festivais de música, shows e exposições. Também inclui promoções com licenças e personagens, de quadrinhos, quadrinhos tradicionais ou especialmente criados.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.14 - Promoções estacionais, verão ou inverno.**

Serão avaliadas ações destinadas a entrar em contato com consumidores ativos ou potenciais durante os períodos de férias. Idéias que se destacam pela originalidade de sua mensagem, sua implementação e o uso de novos mecanismos de contato serão recompensadas.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.15 - Retail Marketing | Promoções dirigidas ao retail. Motivação a equipe de venda e distribuição.**

Serão analisadas ações voltadas à obtenção de maior aderência e envolvimento no espírito de uma empresa, priorizando aquelas que possuem planos de incentivo para seu pessoal.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.16 – Melhor ação para serviços de eventos públicos, educacionais e culturais**

Ações Promocionais destinadas a destacar as características dos serviços públicos, a promoção da Educação como fundamento básico do funcionamento social e a convocação de Eventos Culturais que favoreçam o acesso a públicos antes ignorados.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.17 - Prova de Produto.**

Se refere a aquelas ações que incluam modos de utilização do produto, em forma concreta.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **PREMIO ESPECIAL | MP.18 – Experiência de marca**

Esta categoria é para demonstrar como você pode criar uma experiência de marca além da publicidade tradicional. Você só precisa entrar no trabalho que realmente deu vida a uma marca ou produto - literal ou virtualmente - e interagir com um público específico para atingir os objetivos desejados. Os vencedores deste prêmio serão uma demonstração de como os anunciantes estão tentando alcançar seus públicos-alvo para estabelecer novos relacionamentos significativos, experiências memoráveis e envolver os consumidores e suas conexões exclusivas com suas marcas.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **FIELD MARKETING | MP.19 - Melhor logística com ações individuais.**

Serão recompensadas as ações que exijam o uso de equipes de promotores, veículos, etc., que cubram diferentes circuitos de uma localidade, área ou região em um curto período. A ideia, eixos de atração e implementação que acompanham a ação serão observados em detalhes.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.20 Sucesso contínuo | (Aberto a todos os itens / Para idéias bem-sucedidas comprovadas que reiteram sua ideia central ou que a reiteram anualmente ou sazonalmente).**

Somente serão aceitas peças executadas após 30 de maio de 2018.

Esta categoria se refere às ideias ou campanhas que demonstraram sucesso contínuo ao longo do tempo e cuja idéia principal foi reiterada periodicamente ou anualmente sem grandes alterações.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.21 - MECÂNICA MAIS CRIATIVA - Quando a criatividade está na mecânica usada**

Ações que acontecem ou acontecem em circunstâncias inesperadas ou incomuns serão recompensadas. Alguns são promocionais puros e duros, com uma importante base de criatividade e outros são ações mais notórias, que geram imagem de marca e grande impacto. Será apreciado que eles podem ser facilmente encaminhados a terceiros e que eles têm uma reação e uma apreciação imediatas. **INCLUI** ações do Mistery Shopper

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 1. Marketing Promocional (MP)

### **MP.22 - Melhor Ação Relacionada à Agricultura, Culturas e seus Fornecedores**

Melhor Ação Relacionada à Agricultura, Culturas e seus Fornecedores (aplicável a qualquer ferramenta de comunicação das 20 áreas do FIP) Refere-se àquelas campanhas que, em diferentes meios de comunicação, realizam um programa de atividades de promoção de produtos vinculados à economia agrária, gerando uma proposta promocional vinculada aos produtos do campo.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



## RUBRO 2 · MARKETING INFANTIL (INF)

Brincadeira e lazer infantil como plataforma para idéias promocionais. Brincar é a língua principal das crianças; eles se comunicam com o mundo através do jogo. O brincar, como forma de lazer, mostra o caminho para a vida interior das crianças: elas expressam seus desejos, fantasias, medos e conflitos através dele. Reflete a percepção deles de si mesmos, das outras pessoas e do mundo ao seu redor. Também estimula seus sentidos, enriquece sua criatividade e imaginação. É através da brincadeira que a criança aprende a se comunicar com os outros, daí a importância do lazer na vida dos pequenos.



RUBRO 2. Marketing Infantil (INF)

### **INF.1 - Promoções para crianças - todos os tipos de produtos**

Ideias para ações com Aperitivos, Pastéis, Cereais, Confeitaria, Gomas de Mascar e Doces, Fast Food e Delivery de Comida em Casa. Refrigerantes, vitaminas, água mineral, bebidas lácteas. Inclui também: Ações por meio de novos personagens em apoio a ideias promocionais; suplementos de coleção; vídeos, fascículos, etc.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 3 · COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING (CIM)

Como indica sua terminologia, a integração das comunicações comerciais é um fato indiscutível. Hoje falar de BTL não é apenas um anacronismo, podemos até considerá-lo uma subestimação ofensiva e um mal-entendido. As linhas dramáticas que antes indicavam uma atividade maior e uma menor desapareceram e as diferenças devem ser estabelecidas apenas pelas técnicas utilizadas, nenhuma deve ser melhor que a outra, pois a excelência é bem aproveitada.



RUBRO 3. COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING (CIM)

### **Comunicação Integrada de Marketing. Para todos os tipos de produtos**

Esta categoria avalia aquelas campanhas que utilizam uma combinação atrativa de ferramentas promocionais, mídia de massa e recursos interativos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 4 · EVENTOS (E)

### PRÊMIO AGÊNCIA DO ANO - EVENTOS

Será ainda atribuído um GRAND PRIX, ao “Melhor Evento do Ano” entre todos os vencedores da categoria Eventos, de todas as categorias incluídas no tema. O título de Agência de Eventos do Ano será concedido à agência que somar o maior número de pontos no total das 25 categorias da categoria Eventos FIP.

O Prêmio será nomeado Eventos “Agência do Ano” e um Troféu e Diploma serão concedidos à Agência e Diploma à Marca vencedora. É um troféu de base dupla.



RUBRO 4. Eventos (E)

#### **E. 1 - Eventos corporativos para produtos e serviços de consumo de massa**

A concepção e execução daqueles eventos que obtenham a motivação de uma equipa e o sentimento de pertença a uma empresa ou marca serão especialmente premiados.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

#### **E. 2 - Eventos desenvolvidos através de plataformas de streaming**

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

#### **E. 3 - Promoções e eventos à noite. Inclui ações e Festas de Negócios desenvolvidas com plataforma na Internet e nas Redes Sociais**

Também inclui promoções noturnas, festas de negócios, eventos especiais, recitais de estrada e passeios públicos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

#### **E.4 - EVENTOS EM CO-BRANDING DE DUAS OU MAIS MARCAS**

Serão premiadas as ideias desenvolvidas e executadas por duas ou mais marcas ou por uma marca em conjunto com um espetáculo/local/espço onde a ação promocional seja direcionada em benefício de ambas.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

#### **EVENTOS RECREATIVOS | E.5 - Melhor Evento Recreativo**

O Júri recompensará a ideia de que, com base em um eixo recreativo, de natureza informal, é construtivo e gera adesão à marca. Deve ser uma ideia de fácil integração, relaxamento, regulamentação flexível e pode ser uma ideia mista / recreativa-competitiva, motivadora e estimulante.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 4 · EVENTOS (E)



RUBRO 4. Eventos (E)

### E.6 - Lanzamiento o Reposicionamiento de Producto

Será premiada a melhor idéia relacionada à promoção do lançamento ou reposicionamento de uma marca ou evento realizado em uma determinada data.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**



RUBRO 4. Eventos (E)

### E.7 - Melhor Viagem de Incentivo

A originalidade do programa e suas atividades serão premiadas. E a capacidade de envolver os participantes para viver a experiência.



RUBRO 4. Eventos (E)

### E.8 - Melhor Evento Motivacional e Incentivo

O design e a execução dos eventos que obtêm a motivação de uma equipe e o sentimento de pertencer a uma empresa ou marca serão especialmente recompensados.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### E.9 - Celebrity Marketing – Eventos.

Será premiada a ação cujo protagonista tenha alcançado um impacto claro e concreto por suas principais características e um resultado bem-sucedido de sua convocação. Eventos que contêm celebridades também serão classificados como o principal eixo motivacional.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### E.10 - FESTAS SAZONAL | Melhor ideia original de evento ou festa sazonal. (Verão ou Inverno).

Um prêmio será concedido a um evento que provou ter um impacto devido às suas principais características e ao resultado bem-sucedido de sua convocação. Inclui as partes com eixo nas marcas e as partes de cidades ou produtos também participam. \* Exemplo: Festival Nacional do Milho, Eleições de Rainhas da Beleza ou outros.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### E.11 - RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA | Eventos ou Ações de Responsabilidade Social ou Corporativa

Será premiado um evento que tenha impactado suas características, visando promover ou favorecer uma determinada ação ou circunstância social, apoiada pela ação de uma marca.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

## RUBRO 4 · EVENTOS (E)



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.12 -Eventos com programas itinerantes.**

Um prêmio será concedido aos eventos que estão programados para serem realizados em diferentes cidades ou locais, promovendo experiências de marca para o público obtido.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.13 - Eventos infantis**

Serão premiadas as ideias que melhor demonstrem o sucesso alcançado em uma convocação e os resultados com o público infantil, realizando uma ação que tem a criança como destinatária. Devem ser mencionados os jogos que eventualmente acompanham a ação, bem como se foi acompanhada pelo uso de mídia.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.14 - Novas tecnologias aplicadas à comunicação visual e escenográfica de um evento.**

Serão premiadas tecnologias que se destacam por sua qualidade e inovação. O Júri apreciará especialmente as técnicas relacionadas à iluminação, projeção de imagem, encenação e impacto nos participantes.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.15 - Melhor Evento de Celebração**

Serão premiadas idéias que se destacam pela originalidade de suas propostas e pela criatividade de sua mensagem, bem como por sua conexão real com os dados atuais.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.16 - Convenções, reuniões de negócios ou congressos mais destacados**

Serão premiados os eventos alcançados, um impacto pela originalidade de suas principais características e um resultado bem-sucedido de sua convocação. Inclui partes com eixo em marcas ou produtos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.17 - Melhor Evento Temático**

Serão premiados o evento destacado e realizado, um impacto sobre o tema central e um resultado bem-sucedido de sua convocação. Inclui as partes com eixo nas marcas e as partes de cidades, regiões ou produtos também participam.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 4 · EVENTOS (E)



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.18 - Melhor Evento Musical e/ou Artístico**

Serão premiados os shows que se destacam pela qualidade e inovação de sua realização. O Júri apreciará especialmente as técnicas relacionadas ao acompanhamento dos elencos e iluminação dos dançarinos, projeção de imagem, direção geral e o impacto e a resposta AO VIVO dos participantes

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.19 - Melhor Evento Virtual**

Inclui apresentações em 3D, mapeamento, projeções inovadoras tanto em streaming quanto presencial com tecnologia aplicada ao evento.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.20 - Melhor apresentação de prestadores de serviço para eventos virtuais**

Serão atribuídos prêmios especiais às apresentações realizadas por prestadores de serviços em qualquer meio digital ou de rede, comunicando suas propostas de eventos online. Como a categoria anterior, é um prêmio especial que deriva da situação de pandemia que atinge a humanidade

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.21 - Apresentação da Agência para Eventos Virtuais**

A Melhor Ideia ou Produção de Elementos Alegóricos premiará as produções da agência que tenham intervindo no desenvolvimento de carros alegóricos, trupes, elencos e figurinos em comemorações especialmente relacionadas a esse tema.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.22 - Melhor espaço ou empreendedorismo para eventos**

Esta categoria premiará os espaços que demonstrem sua originalidade e capacidade estrutural para a realização de eventos especiais. Podem ser apresentados locais com setores ao ar livre ou fechados. Ou com uma mistura de ambos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.23 - eventos de relações públicas**

Quando a comunicação e a publicidade usam suas melhores ferramentas para difundir uma mensagem de bem público, é toda a sociedade que se beneficia. Porque a conscientização está penetrando em todas as cabeças, e isso, com sorte, também pode gerar mudanças de comportamento e políticas públicas ainda melhores.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.24 – Eventos de relações públicas**

Um evento é uma ferramenta de gestão para a área de RP de uma empresa, marca ou instituição: Deve ajudar a atingir os objetivos do negócio e melhorar a imagem institucional: É uma oportunidade de estabelecer contato direto com parte do nosso segmento ou público, fortalecer laços e vínculos e transmitir determinados valores da marca.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 4. Eventos (E)

### **E.24 - Eventos Sociais**

Eventos Sociais são aqueles que se orientam para a esfera privada e/ou familiar ou para as relações sociais. Sua finalidade pode ser comemorar ou celebrar um evento social, empresarial e até religioso ou melhorar e promover um vínculo afetivo entre quem procura realizá-lo e seus convidados. Como exemplos podemos começar a citar casamentos ou festas de casamento, este evento é provavelmente o mais representativo desta tipologia. Dentro desta tipologia podemos ainda citar comunhões, batizados, bar mitzvahs, aniversários, formaturas ou simplesmente eventos entre amigos e familiares. Pensemos que todos eles têm particularidades significativas e têm uma componente emocional extremamente elevada. Alguns deles serão comemorados apenas uma vez, mas outros como aniversários, por exemplo, tendem a se repetir, gerando continuidade.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 5 · DESENVOLVIMENTO HUMANO (DH)

Esta categoría de premios se crea para promover el valor de la creatividad en las comunicaciones de atención médica y en la mejora de la calidad de vida humana. Se premiarán ideas fundamentalmente a partir de su creatividad y utilidad. Se invita a las empresas farmacéuticas, cuerpos médicos, compañías de bellezas y nutrición, de cuidados del bebé y del niño, a presentar sus ideas de distribución farmacéutica, salud bucal, ortopedia, compañías de seguros, Obras Sociales y Hospitales y del Retail Farmacéutico. También a Instituciones de los Gobiernos y Centros de Investigación. Se premiarán las acciones, las comunicaciones de los retailers y los programas y Congresos de capacitación para médicos y farmacéuticos. En el denominado “Mercado de Bienestar” este certamen premiará la nutrición saludable, la cosmética de la piel y de productos de belleza. También las acciones con productos dietéticos, de belleza y nutrición natural.



RUBRO 5. MARKETING DE CONTEÚDO (MC)

### DH.1. Marketing Digital, para ações do Setor

As ferramentas de marketing digital nivelam o campo de atuação para empresas de todos os tamanhos. Poderosas ferramentas de segmentação e medição, anteriormente reservadas para grandes marcas, agora também estarão disponíveis para empresas menores. A fórmula para o sucesso é uma combinação de alcance direcionado, mensagens fortes, frequência e medição. Todos esses componentes estão disponíveis digitalmente e nunca antes essas ferramentas foram mais precisas e eficientes para atingir o consumidor certo. O campo de jogo foi democratizado. Eles podem ser usados por grandes, médios e pequenos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 5. MARKETING DE CONTEÚDO (MC)

### DH.2. Atividades e Ações de Responsabilidade Social

Os seres humanos precisam se comunicar e viver em sociedade. Aquele que não é alheio à forma como nos comportamos nele. É por isso que, ao longo da história da evolução humana, há aspectos que são vistos como mais cuidadosos. Por isso falamos de Responsabilidade Social. Um tipo de marketing que costuma ter dois objetivos: por um lado, os desejos dos consumidores e, por outro, o serviço que presta às empresas. O Marketing Social é o produto de uma evolução do conceito clássico de marketing que pode até ser considerado um pouco obsoleto, pois o progresso e a transformação tecnológica e sua percepção inteligente permitem avaliar novos modelos que abrangem as necessidades de todos os atores. Não se trata mais de objetivos de curto prazo como antes, mas o paradigma de agora é outro tipo de metas estabelecidas a médio e longo prazo.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 5. MARKETING DE CONTEÚDO (MC)

### DH.3. CATEGORIA ESPECIAL “AÇÕES PARA COVID 19”

A FIP apresentou no ano passado a Categoria Saúde e Desenvolvimento Humano. Este ano de pandemia, marcas e agências fizeram um trabalho importante que o FIP quer reconhecer. A Categoria incluída no referido título 20 contempla exhaustivamente todas as ideias relacionadas com as propostas de prevenção das infecções que provocou, bem como as fortes mudanças nas formas de comunicação e funcionamento interno nas empresas.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



## RUBRO 5 · DESENVOLVIMENTO HUMANO (DH)



RUBRO 5. MARKETING DE CONTEÚDO (MC)

### **DH. 4 – Melhor Campanha de Relacionamento Institucional com a Comunidade**

Como o próprio nome indica, esta categoria premiará as melhores ações institucionais em que as marcas direcionam sua ação para beneficiar a comunidade, com ideias de destaque.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 5. MARKETING DE CONTEÚDO (MC)

### **DH.5 – Ações de Marketing Solidário**

Serão premiadas todo o tipo de atividade promocional, que esteja ligada a ações públicas ou de cariz social ou que se destine à angariação de fundos para entidades. Inclui programas de promoção, treinamento de emprego e programas educacionais. Prevenção de doença. Campanhas antidrogas, campanhas de conscientização sobre deficiência, igualdade sexual e doação de órgãos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 6 · MARKETING DE CONTEÚDO (MC)

É a arte de entender exatamente o que seus clientes precisam saber e entregá-los de maneira relevante e atraente. Em outras palavras, consiste em criar e distribuir conteúdo relevante para clientes e potenciais, com o objetivo de atraí-los para a empresa e conectar-se a eles. Portanto, não é um conteúdo promocional, mas útil e relevante para os usuários e para a empresa que deve ser fornecido através de formatos apropriados. Conteúdo significa qualquer tipo de publicação, sejam eles: Atualizações nas redes sociais, versões online ou em papel ou multimídia.

**\*\* ABERTA A TODOS AS CATEGORIAS IDEIAS \*\***



RUBRO 6. MARKETING DE CONTEÚDO (MC)

### **MC.1 Conteúdo em plataformas criadas para redes ou aplicativos sociais. Inclui ações desenvolvidas com uma plataforma da Internet.**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 6. MARKETING DE CONTEÚDO (MC)

### **MC.2 Conteúdo gerado por um referenciador**

Conteúdo, jogo ou entretenimento desenvolvido com a presença de um influenciador, celebridade ou líder de opinião para estender mensagens de marca ou produto

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 7 · THE CYBER FIP (TEC) - ALTA TECNOLOGÍA VINCULADA ESPECIALMENTE A COMUNICAR

As ferramentas de marketing digital nivelam o campo de atuação para empresas de todos os tamanhos. Poderosas ferramentas de segmentação e medição, anteriormente reservadas para grandes marcas, agora também estarão disponíveis para empresas menores. A fórmula para o sucesso é uma combinação de alcance direcionado, mensagens fortes, frequência e medição. Todos esses componentes estão disponíveis no digital e no celular e nunca antes essas ferramentas foram mais precisas ou eficientes para atingir o consumidor certo. O campo de jogo foi democratizado. Eles podem ser usados por grandes, médios e pequenos.



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

### **TEC.1 - Ações em Varejos e Eventos**

Pedidos de Trade Marketing, jogos de incentivo, incentivos ao consumidor no ponto de venda, cerimônia de premiação e material POP, com a criação de bancos de dados de usuários da marca.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

### **TEC.2 - Aplicativos interativos para Trade Marketing. Inclui especialmente ações desenvolvidas com uma plataforma de Internet.**

Aplicativos ativos para Trade Marketing, jogos para incentivar o consumo no ponto de venda, com entrega de prêmios e material POP, criação de um banco de dados de usuários nas ferramentas de CRM, diferentes formas de marketing e novas idéias.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

### **TEC.3 - ESPECIAL - Ações com novas mídias interativas. INCLUI especialmente as ações desenvolvidas com uma plataforma da Internet.**

Otimização para motores de busca, estratégias e campanhas publicitárias na Internet. Relatórios estatísticos sobre uma história de sucesso, Campanhas Inovadoras da Internet para sites de marcas.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

### **TEC.4 - Mejor Campaña de Marketing Viral.**

Campanhas que demonstrem a maior eficácia na geração e disseminação espontânea de pessoa para pessoa, serão premiadas com uma mensagem de marketing em busca de obter um volume de respostas e resultados significativos em um determinado segmento de consumidores.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 7 · THE CYBER FIP (TEC) - ALTA TECNOLOGÍA VINCULADA ESPECIALMENTE A COMUNICAR



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

### **TEC.5 Melhor contribuição tecnológica**

Serão premiados os projetos que, incorporando e gerenciando as tecnologias em uso, obtenham competitividade demonstrável para as organizações e conseqüentemente resultem na conquista e retenção de clientes, enfatizando sua fidelização e rentabilidade.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

### **TEC.6 AÇÕES QUE USAM A REALIDADE VIRTUAL ou REALIDADE AUMENTADA**

Serão qualificadas as ações que utilizam recursos de Realidade Virtual para o desenvolvimento de questões de Marketing. O que acontece quando nos deparamos com ambientes virtuais? Em princípio, podemos concordar que acontece a mesma coisa quando enfrentamos a realidade material. Mas pode acontecer que em ambientes virtuais nos deparemos com cenários para os quais não temos uma resposta humana programada. Nesses casos, o atrativo será que será necessário desenvolver novas respostas de “aprendizagem” que rompam ou complementem os paradigmas até então aceitos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 7. The cyber FIP (TEC)

### **TEC.7 MARKETING NO YOUTUBE, INSTAGRAM ou SIMILAR**

Esta categoria busca premiar marcas e empresas que utilizam o marketing de mídia social. Essa é uma técnica que envolve ações de posicionamento, difusão da marca e até processos de vendas nas redes sociais. Trata-se de encontrar o público-alvo ou público-alvo nas redes sociais para que a marca esteja presente no dia a dia das pessoas. Dessa forma, torna-se mais conhecido e relevante para o público, aumentando a interatividade com ele, atraindo leads e gerando mais conversões. Planejamento. Os recursos utilizados para atingir esse objetivo são a produção de conteúdo, interação com o público, investimento em publicidade, monitoramento de métricas, otimização constante da estratégia, etc.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 8 · MILENNIALS

Essa geração está inovando constantemente devido ao aumento das tecnologias da Internet e ao uso do Marketing Digital. As inovações da geração do milênio são baseadas em características que as tornam únicas. A tecnologia é uma ferramenta natural para esses jovens no dia a dia, e a Internet, dispositivos móveis e mídias sociais são o seu modo de vida; Eles são incrédulos e tendem a confiar menos nas pessoas das gerações anteriores e a formar o grupo com o maior descontentamento político e religioso.



RUBRO 8. Millennials

### MI 1 - Ações voltadas para jovens. Todos os tipos de produtos

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 9 · ACCIONES SUSTENTABLES Y CUIDADO DE LA ECOLOGÍA (SUS)

O FIP reconhecerá neste novo item que incorpora, aquelas ideias ou trabalhos de empresas que estejam ativa e amplamente envolvidas em mensagens ou políticas que sirvam a uma melhor qualidade de vida, não apenas em matéria de proteção ambiental, mas também social e até financeiramente. O júri observará especialmente aquelas ideias que signifiquem uma contribuição essencial e demonstrem a intenção de produzir uma mudança de mentalidade, individual e coletivamente.



RUBRO 9. Acciones sustentables y cuidado de la ecología (SUS)

### SUS.1- Marketing sustentável e proteção e cuidado com a ecologia

O marketing sustentável refere-se à promoção do uso racional de recursos pelas empresas que minimizem o impacto ambiental, especialmente nas áreas de desenvolvimento, promoção e comunicação de produtos ou serviços. Serão premiadas as ações que promovam ideias em defesa e proteção do meio ambiente. Os júris poderão destacar ideias diferenciadas que sejam sustentáveis ao longo do tempo e/ou que enfrentem e tentem resolver problemas relacionados com a qualidade de vida. Categoria aberta a todas as categorias de empresas e produtos.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 9. Acciones sustentables y cuidado de la ecología (SUS)

### SUS.2 - Bem-estar e Impacto Ambiental

As inscrições serão julgadas pela eficácia das soluções propostas na melhoria de problemas reais na vida das pessoas: O prêmio será concedido sem levar em conta os resultados de vendas, mas sim pelo valor da ideia.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 10 · INOVAÇÃO EM PUBLICIDADE NÃO CONVENCIONAL (PNC)

São essas novas idéias que atingem os limites difusos entre ações tradicionais de publicidade e promoção, com estilos ou técnicas inovadoras que, justamente por esse motivo, atraem atenção. Não são meios conhecidos nem são as técnicas promocionais usuais e se destacam por seu grau de inovação. Geralmente são efêmeros, podem conter expressões artísticas e, acima de tudo, são ações chocantes. Deve-se entender o uso de mídias não tradicionais com alto grau de inovação, cuja principal característica é a oportunidade em que são realizadas, analisando também suas formas e / ou usos de espaço ou técnicas para abordar o público-alvo. Idéias de Marketing Ambiental, Street Marketing, Marketing de Guerrilha, Marketing Experimental, serão especialmente levadas em consideração.



RUBRO 10. INOVAÇÃO EM PUBLICIDADE NÃO CONVENCIONAL (PNC)

### **INOVAÇÃO | PNC.1 - Experiential Marketing.**

Ações de publicidade não convencionais para todos os tipos de alimentos e bebidas. Inclui doces e lanches. O marketing “experiential” cria campanhas baseadas em imagens que atraem do sensorial ou emocional, mas que estão relacionadas à situação de compra e consumo do produto. Não devemos esquecer que não apenas a publicidade ou a promoção individual estão incluídas, mas também outras ferramentas de marketing.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 10. INOVAÇÃO EM PUBLICIDADE NÃO CONVENCIONAL (PNC)

### **INNOVACION | PNC.2 - Acciones de street marketing y ambient marketing**

Devem ser detalhadas as ações realizadas em zonas de rua e cujas características tenham impacto no romance ou original e cujo impacto seja imediato no público contactado. Essas ações podem ser estendidas a outros espaços urbanos, como parques, pontes, etc.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 11 · PUBLICIDADE ( PUB ) TV, Radio, Cine, Gráfica y Vía Pública

A FIP entende que num Festival de Prémios de Marketing não deve faltar um elemento e categorias da Publicidade: a origem de toda a comunicação comercial. Nesse sentido, serão analisadas as ações publicitárias em Cinema, TV, Rádio e em Gráfica (Jornais e Revistas) e em Outdoor (Gráfica Outdoor). A publicidade continuará a ser uma grande protagonista e por isso honramos a sua presença.



RUBRO 11. PUBLICIDADE ( PUB )

### **PUB.1 - Publicidade na TV, Rádio, Cinema e Gráficos**

Para todos os tipos de produtos e mensagens, especialmente em relação ao Covid19



RUBRO 11. PUBLICIDADE ( PUB )

### **PUB.2 - Publicidade em vias públicas (AO AR LIVRE) - Chamadas para cercas extraordinárias, chamada para outdoors em calçadas e obras, especialmente por Covid 19**

Inclui cercas temporárias, truques com sensores e marketing de guerrilha por meio de cercas, controles e oportunidades cortados em tempo real.

## RUBRO 12 · Lançamentos e Relançamento de Marcas e Produtos (LAN)



RUBRO 12. Lançamentos e Relançamento de Marcas e Produtos (LAN)

### **LAN.1 - Lançamento do produto.**

~ Lançamentos e Relançamentos de produtos alimentícios, inclusive refeições. Inclui produtos alimentícios de todos os tipos embalados ou para venda fracionada, refeições preparadas, produtos vegetais ou cárneos, frutas e qualquer outra possibilidade de alimentação humana. Inclui ações com carnes, peixes e mariscos, sopas de todo o tipo, enchidos, frutas e legumes, noodles, molhos, azeites e vinagres.

~ Lançamentos e Relançamentos de Bebidas Alcoólicas e Não Alcoólicas. Inclui ações para bebidas alcoólicas em geral, aperitivos de baixo teor, vinhos, cervejas, destilados, sidras e champanhes, espumantes, vodka, gins, vermute e afins.

~ Lançamentos e Relançamentos de produtos relacionados à Saúde, Cosmética e Estética Corporal. Produtos para cuidados com a pele, perfumes, essências, produtos para cuidados com a pele, desodorantes, xampus, sabonetes e sais de banho, cremes especiais, pós, esmaltes. Inclui bronzeadores, tinturas de cabelo, repelentes, papel higiênico, maquiagem, entre outros.

~ Lançamentos e Relançamentos de Automotivos, Motos e Caminhões. Inclui marcas, novos modelos, novos planos de financiamento, lançamentos especiais, tanto em automóveis, como em utilitários e caminhões. Inclui road shows e apresentações em stands e exposições.

~ Lançamentos e Relançamentos de Produtos relacionados a Telefonia e Comunicações. Ações utilizando Telefonia em formatos reduzidos de celular, TV, vídeos, câmeras, câmeras de vídeo Inclui Rádio, Provedores de Internet e Novos Recursos e Elementos de Comunicação)

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

A pesquisa realizada sobre o uso do marketing em entidades esportivas mostra que a aplicação isolada de ferramentas tradicionais não é suficiente por si só e que para garantir o sucesso de mercado é preciso complementá-lo com outras disciplinas desenvolvidas em grande parte no setor de serviços e atingir, em desta forma, a uma nova e específica abordagem ao marketing desportivo.

Esta nova abordagem deve ser composta por três áreas claramente diferenciadas e complementares: marketing tradicional, marketing interativo e marketing interno. Além disso, e em simultâneo com o crescimento da comunicação no desporto, os desportos denominados extremos têm experimentado um crescimento extraordinário, alguns deles tradicionais e outros de desenvolvimento recente. Consciente disso, o FIP convida marcas e agências a concorrerem com ideias que também são desenvolvidas nestas áreas. Em seguida, proporemos categorias em esportes tradicionais e três categorias especiais em ações ou patrocínios em X-Games.



RUBRO 13. Marketing Deportivo (DEP)

### **DEP.1 - Patrocínios de marcas, ações e eventos.**

Ações realizadas em vias públicas (ruas, praças, parques, praias) e / ou em locais privados (bares, shoppings, cinemas, teatros) onde pode haver ou não interação com o consumidor.



RUBRO 13. Marketing Deportivo (DEP)

### **DEP.2 - Eventos de Maior Chamada em Jogos Extremos.**

Inclui (a título de exemplo) ações com Skate, Surf, Wakeboard, Snowboard, Ski, BMX / Mountain Bike, BMX Motocross, Trial, Jet Ski, Montanhismo, Paraquedismo, etc. Também analisa ações de marcas automotivas com test drives.



RUBRO 13. Marketing Deportivo (DEP)

### **DEP.3 - Comunicações integradas de marketing nos esportes.**

Ações inspiradas em entretenimento e / ou em torno de personagens ou esportes e / ou em torno de suas figuras. (Inclui também seus eixos e / ou mensagens em torno do tempo livre).



RUBRO 13. Marketing Deportivo (DEP)

### **DEP.4 - CATEGORIA ESPECIAL "AÇÕES PARA COVID 19 NO ESPORTE"**

Este ano de pandemia, marcas e agências fizeram um trabalho importante que o FIP quer reconhecer. O marketing no esporte não ficou isento. É por isso que a Categoria 4 incluída no referido item 13 contempla exaustivamente todas as ideias relacionadas às propostas de prevenção das infecções que causou, bem como as fortes mudanças nas formas de comunicação tendo o esporte como eixo fundamental.



O material publicitário utilizado nos pontos de venda visa movimentar o produto com a energia de um vendedor de primeira, prestigiar a marca, ganhar aceitação entre o consumidor e o lojista, aumentar as vendas, facilitar a aproximação do consumidor ao produto, capturar sua atenção e incentivá-los a comprar. Isso reduz os custos de publicidade, pois muitos comerciantes não podem anunciar todos os itens de sua loja por meio de jornais, rádio e até menos anúncios de TV. A publicidade no ponto de venda não tem qualquer tipo de limitação, salvo o bom gosto. Mesmo em lojas que não são self-service por vocação, o material P.O.P pode estimular as vendas por impulso. Dentro da loja, no momento em que o comprador está decidindo pela compra, é o melhor momento e local para anunciar. Lá ele oferece uma última chance de lembrar ou atrair clientes.



RUBRO 14. Material POP, Merchandising y Presentación de Stands (POP)

### **POP.1 - Vitrines e Expositores.**

Melhores ideias e design de peças ou módulos interativos de exibição de produtos. Esta categoria premiará as melhores ideias apresentadas em relação à configuração dos produtos, sejam eles expositores em balcões ou em pé.



RUBRO 14. Material POP, Merchandising y Presentación de Stands (POP)

### **POP.2 - Stands - Atmosfera e Projetos Especiais.**

Serão premiadas as melhores idéias e “estadiamento” que, devido às suas dimensões ou formas, envolvem o espectador ou o consumidor.



RUBRO 14. Material POP, Merchandising y Presentación de Stands (POP)

### **POP.3 - Estandes de grande tamanho - estandes especiais**

Espaço temporário em exposições construídas em área previamente delimitada com o objetivo de divulgar, instruir, formar, promover e / ou comercializar produtos, serviços e marcas regionais. Descrição da empresa concorrente, do cliente final e do evento. Uma breve descrição da história das construtoras, tempo de operação, seu mercado, suas necessidades e objetivos, bem como uma descrição das ações realizadas nas mesmas.

## RUBRO 15 · DESENHO (D)

Como podemos ver, existem infinitos recursos que as novas tecnologias nos oferecem no campo da criação gráfica, levando em consideração que ainda seria necessário mencionar todos os aplicativos de computador relacionados ao design ou periféricos digitais e multimídia, como câmeras digitais ou scanners. , que nos permitem gerar uma ótima fonte de imagens ou todos os programas relacionados à criação de filmes de animação, efeitos especiais etc., que desta vez não entraremos em detalhes para não estender muito. Com toda essa esmagadora implantação de meios tecnológicos que todos os dias se superam e nos oferecem novas possibilidades incomuns, pode-se até entender que não há nada além de design na maneira moderna de transmissão. Bem, mesmo que não seja, ainda é essencial.



RUBRO 15. DESENHO (D)

### **D.1 - Design Digital. Em sites e publicidade online**

Serão premiados os designs mais destacados de páginas Web, microsites, landing pages, botões, etc. feitas para marcas ou organizações. O carregamento do exemplo será feito em formato de vídeo.



RUBRO 15. DESENHO (D)

### **ARTE & DESENHO | D.2 -Melhor Direção de Arte e Desenho de uma Peça Promocional**

O melhor design apresentado para os elementos BTL em pôsteres, brochuras, peças promocionais etc. será premiado. (Material POP para pontos de venda, displays e displays. Inclui design de embalagem do produto.



RUBRO 15. DESENHO (D)

### **D.3 - Melhor novo design de embalagem**

A originalidade e a funcionalidade serão recompensadas, bem como a qualidade da mensagem referente ao novo design apresentado



RUBRO 15. DESENHO (D)

### **D.4 - Melhor Design e Decoração no Evento**

A decoração do espaço, o jogo das luzes e a criatividade inerente que modifica (por exemplo) uma reunião para fins de trabalho e / ou comerciais em um momento memorável para os participantes serão levados em consideração.



RUBRO 15. DESENHO (D)

### **D.5 - Projeto ambiental.**

Design de ambientes e espaços criados no ponto de venda e em estandes móveis, com o objetivo de comunicação e experiência de marcas (espaços públicos, expositores, pontos de venda, gráficos estruturais, eventos, etc.).

Boas relações públicas é o que separa as empresas duradouras daquelas que alcançam o sucesso em um curto período de tempo. Na verdade, as relações públicas abrangem muito mais, é uma grande “função empresarial” de gerenciar a comunicação entre a empresa e seus públicos, que podem incluir seus clientes, fornecedores, parceiros e governo, para citar alguns. Essa “gestão da comunicação” envolve estudar as atitudes do público empresarial e então formular políticas e estratégias que influenciem essas atitudes. O resultado final é a aceitação do público, que se traduz em uma melhor imagem para a empresa, maiores patrocínios e melhores lucros.



RUBRO 16. PRENSA & RRPP (RRPP)

### **RRPP.1 - Ações de Imprensa e RRPP**

Melhor uso de relações públicas em uma ação promocional - itens: Todos / prêmios que serão concedidos às ações que melhor explorarem a imprensa de uma ação e posteriormente Em qualquer mídia tradicional (TV, rádio, imprensa escrita) ou no não tradicional (notícias na Web, blogs influentes etc.).

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 16. PRENSA & RRPP (RRPP)

### **RRPP.2 – MELHOR USO DO PR EM UMA AÇÃO PROMOCIONAL**

Serão premiadas as campanhas que fizerem uso destacado de meios de comunicação tradicionais ou não tradicionais (blogs de influenciadores, na web etc.).

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 16. PRENSA & RRPP (RRPP)

### **RRPP.3 – INFLUENCERS**

Um influenciador é uma pessoa que tem a capacidade de influenciar uma comunidade. Estes são líderes de opinião e prescritores de marca. Eles sempre existiram e são encontrados nos mundos offline e online. Um jornalista, por exemplo, é um tipo de influenciador, embora nem todos sejam jornalistas. Alguns blogueiros, youtubers, instagrammers, tik tokers têm mais influência no público-alvo do que a mídia tradicional. A maioria dos influenciadores digitais escreve e publica conteúdo para a web, geralmente é ativo em mais de uma rede social e tem uma comunidade fiel ao seu redor. Graças à democratização da era digital, pode ser qualquer pessoa que tenha um discurso em torno de um tema que as pessoas seguem e confiam.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 17 · MARKETING SOCIAL (MS)

Um influenciador é uma pessoa que tem a capacidade de influenciar uma comunidade. Estes são líderes de opinião e prescritores de marca. Eles sempre existirão e são encontrados nos mundos offline e online. Um jornalista, por exemplo, é um tipo de influenciador, afeta todos nós jornalistas. Alguns blogueiros, youtubers, instagrammers, tik tokers têm mais influência não pública do que a mídia tradicional. Em sua maioria, dois influenciadores digitais escrevem e publicam conteúdo para a web, geralmente atua em mais de uma rede social e é uma comunidade fiel aos seus seguidores. Graças à democratização da era digital, pode ser qualquer pessoa que tenha um discurso em torno de um tema que as pessoas seguem e confiam.



RUBRO 17. MARKETING SOCIAL (MS)

### MS.1 - Responsabilidade Corporativa

O júri avaliará: Que um propósito social faz sentido. Que atende às necessidades de um ambiente. E como um pensamento empreendedor baseado principalmente na filosofia da utilidade econômica se insere em ser útil, além disso, para quem o consome e o sustenta

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 17. MARKETING SOCIAL (MS)

### MS.2 - Inovação social

A inovação social está se tornando cada vez mais importante nas políticas públicas: dado que os problemas atuais exigem líderes que intervenham com criatividade e inovação sustentável para o bem comum. O júri recompensará os processos de disseminação de práticas que geram soluções para um problema social. Incentivar novas formas de pensar mais eficazes e eficientes do que as existentes. Será avaliada a qualidade dos desenvolvimentos que impulsionam a mudança e transformam a realidade de uma maneira original e inovadora que transforma o mundo em um lugar melhor para todos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022



RUBRO 17. MARKETING SOCIAL (MS)

### MS 3 - Ações de Marketing em Redes Sociais.

Esta categoria abordará a questão das redes sociais e a transformação que elas estão gerando na sociedade. Serão premiadas as ideias que se destacarem pelo valor de gerar vínculos entre marcas e consumidores, bem como pela forma como as redes podem ser um instrumento válido para outras necessidades modernas de comunicação. O júri analisará as diferentes candidaturas para os vários interesses. Os júris enfatizarão suas qualificações na análise de estratégias de ação online, na geração de espaços no Facebook, Twitter, etc., bem como na criação de “fanpages” e aplicativos em outras mídias como YouTube, Instagram, Tik Tock e outros.

**\*\* CATEGORIA ESPECIAL PREMIADA COM GRAN PRIX DE CRISTAL**



RUBRO 17. MARKETING SOCIAL (MS)

### MS.4 - Ações de Marketing Solidário

Qualquer tipo de atividade que esteja ligada a ações de bem público ou que vise arrecadar fundos para entidades será recompensada. Inclui programas de promoção do emprego e formação e programas educativos, torneios civis ou militares com foco na solidariedade, campanhas antidrogas, campanhas de sensibilização sobre as diferentes capacidades, igualdade de gênero e doação de órgãos.

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 18 · IDEIAS INTERNACIONAIS (INT)

Esta categoria irá analisar e premiar aquelas ações que, originadas em um país, são desenvolvidas de forma idêntica em outras partes do mundo. Exemplo: Ideia original do Equador ou Argentina implementada na França ou Itália. Muitos profissionais ibero-americanos hoje são líderes de importantes empresas internacionais e de lá trabalham para marcas globais de todos os tipos. Por sua vez, as agências latinas emprestam sua criatividade para campanhas globais ou diretamente para anunciantes em outras partes do planeta. O FIP oferece este prêmio para apoiar e estimular o talento regional, quando ele transcende o mundo. Podem participar ambas as peças, campanhas, cases ou ideias, criadas por agências ou empresas ibero-americanas para o mundo onde a criatividade tenha sido realizada por profissionais da região e suas ideias tenham sido aplicadas em outras.



RUBRO 18. IDEIAS INTERNACIONAIS (INT)

### INT.1 Êxito Internacional

Categoria que premiará aquelas ideias que transcendem as fronteiras do País onde foram criadas e fazem sucesso em outras partes do mundo, premiará a Agência e o Diretor Criativo com troféus Ouro e Prata.

## RUBRO 19 · MOBILE MARKETING (MO)

Há mais de cinco ou seis anos, ecoam os ecos de uma revolução no mundo do marketing, ecos que, pouco a pouco, se tornaram os tambores da guerra... os dispositivos móveis. Os Smartphones e Tablets têm vindo a entrar nas nossas vidas, no nosso dia-a-dia, para se afirmarem definitivamente como o canal essencial de comunicação cliente/empresa e cliente/cliente, tornando-se quase uma extensão do ser humano, essencial e insubstituível ... O júri do FIP prestará atenção especial às chaves para atender às expectativas dos usuários, à facilidade com que os dados são carregados e às oportunidades, desafios, lições aprendidas e futuro do comércio eletrônico. Bem-vindo, então ... ao Mobile Marketing !!



RUBRO 19. MARKETING SOCIAL (MS)

### MO.1 - Sites Web para móvel

Sites da Internet desenvolvidos para dispositivos móveis, incluindo sites de redes sociais, comércio online, notícias etc. Isso inclui sites da Internet para dispositivos autônomos acessíveis apenas em um dispositivo móvel, além de conteúdo de outros sites disponíveis em um dispositivo móvel e adaptados de acordo.

## RUBRO 20 · PROGRAMAS DE MARKETING DIRETO E FIDELIDADE (MD) Presencial ou Digital

Definimos Marketing Direto como aquelas atividades estratégicas focadas em obter respostas positivas de um potencial consumidor. Seja com a intenção de venda imediata, teste de produto ou para estabelecer uma marca na memória e obter posterior resposta e posicionamento. As ferramentas que podem ser utilizadas são inúmeras e, auxiliadas pela tecnologia, crescem e se diversificam continuamente, buscando fundamentalmente fixar o hábito de consumo de um produto e de uma marca, de forma estendida ao longo do tempo.



RUBRO 20. PROGRAMAS DE MARKETING DIRETO E FIDELIDADE (MD)

### **MD.1 - Programas de fidelidade e incentivos ao consumidor, ideias de marketing relacional e marketing de link**

Versões presenciais e digitais desenvolvidas para esta edição especial entre janeiro de 2020 e 15 de agosto de 2022

## RUBRO 21 · Novas categorías



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC. 1 - Melhor organização de turismo regional**

Esta categoria solicita que as organizações que considerem oferecer serviços e programas de excelência apresentem uma descrição dos mesmos para serem avaliadas por um júri de especialistas.



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC. 2 - Melhor Evento Cultural**

Refere-se aos eventos culturais relevantes e originais que têm um alto nível de atratividade. Podem ser artísticos, educativos, teatrais ou especialmente dedicados a um determinado assunto ou tema.



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC 3 - Mejor campaña de Comunicación de un Evento**

O FIP premiará aquelas campanhas que contenham um evento como eixo principal de acordo com o que se destacar na comunicação do mesmo



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC 4 - Melhor Evento Educacional**

Como expressa a declaração, este tipo de evento será recompensado pelo nível da sua agenda e pela originalidade da sua realização.



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC 5 - Mejor Evento Municipal o de Acciones de Gobierno**

Acciones o Promociones de un área de Gobierno destinadas a difundir sus obras y acciones en beneficio de una comunidad o de un sector social



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC 6 - Melhor Evento Verde**

Melhor ideia destinada a promover a sustentabilidade ambiental, com apoio à proteção da ecologia



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC 7 - Produtor de eventos mais destacado do ano**

Os especialistas nesta área devem apresentar os seus CVs de antecedentes com menção especial das marcas envolvidas nos seus esforços.



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC8 - Impacto Ambiental Positivo - Marcas.**

Consiste em buscar as melhorias necessárias para evitar que os atuais problemas ambientais continuem se agravando. Assim como os seres humanos destruíram grande parte do ecossistema, eles também podem mitigar e melhorar a situação ambiental. Exemplos: reciclagem, tratamento adequado de resíduos, tratamento de efluentes, uso de energias renováveis, etc.



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC9 - Impacto Social Positivo - Marcas**

O impacto social positivo é uma mudança significativa que aborda um desafio social contínuo. Pode-se dizer que alcançá-lo é o resultado de um conjunto de ações com um objetivo nesse sentido. Isso implica compreender a existência da empresa em uma sociedade, que se origina do ser humano (fundadores e sócios), se desenvolve com o ser humano (equipe de trabalho) e gera riqueza com o ser humano (clientes); Por tudo isso, as empresas devem assumir uma responsabilidade integral com clientes, trabalhadores, fornecedores, comunidades, meio ambiente, governo, acionistas, com o país, entre outros.



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC10 - Efeitos Especiais**

Os efeitos especiais que a tecnologia deslumbrante que avança minuto a minuto pode oferecer hoje, oferecem um espectro múltiplo de possibilidades que se ajustam às necessidades das corporações e empresas. Feixes de laser multicoloridos, baixa e alta potência, mapeamento, shows de efeitos de fogo em diferentes apresentações, sincronizados com música e operados com software especial; chuva de bolhas, neve, descargas de CO<sub>2</sub>, descargas de espuma, descargas de papel, serpentinas, máquinas que produzem aromas, máquinas que produzem vento; máquinas a gás que produzem chamas de fogo, são algumas das possibilidades de fazer um evento, um espetáculo. E com isso criar sensações nos participantes, até que eles interajam. Então a memória daqueles que foram impactados por essas ações vai funcionar e é aí que o efeito extraordinário dessa notável ferramenta de marketing começa a funcionar.



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC 11- Melhor Site ou Portal Temático**

Destinado a crianças, mulheres, saúde ou entretenimento. Inclui concursos e jogos online. Não exclui outras técnicas.



RUBRO 21. NOVAS CATEGORIAS

### **NC12 - Projeto de Exibição**

Design de embalagem usado para promover, vender ou exibir produtos. O objetivo é promover a marca e o seu produto, criando um espaço único, inesperado e atrativo.



## REDE DO ANO

---

### REDE DO ANO - INDEPENDENTES

Os prêmios “Rede do ano” são os mais importantes que o FIP concede anualmente. São dois prêmios e são concedidos àquelas redes internacionais e / ou independentes que obtêm, na soma dos pontos que atingem em diferentes categorias, a pontuação mais alta, recebendo seus prêmios das categorias obtidas. Um troféu especial de “rede internacional de anos” será dado, o qual mencionará em detalhes o nome da agência que contribui com o maior número de pontos de tudo que a rede apresenta. Os demais membros da rede recebem seus correspondentes diplomas especiais. O fip dá redes independentes um prêmio especial que implica uma condição básica de 3 países participantes e um número de não menos de 10 entradas submetidas

### REDES INDEPENDENTES SE TORNAM SEM FIOS ÀS REDES MUNDIAIS

### REDE DO ANO - MUNDIAL

Os prêmios “Rede do ano” são os mais importantes que o FIP concede anualmente. São dois prêmios e são concedidos àquelas redes internacionais e / ou independentes que obtêm, na soma dos pontos que atingem em diferentes categorias, a maior pontuação.

Um troféu especial “International Year Network” será apresentado, o qual mencionará em detalhes o nome da agência que contribui com o maior número de pontos de tudo que a rede apresenta. Os demais membros da rede recebem seus correspondentes diplomas especiais. O FIP está oferecendo redes internacionais estendidas no mundo um prêmio especial por sua capacidade como tal, o que implica uma condição básica de 5 países participantes e não menos de 20 entradas apresentadas no total.