

Atenção inscritos e interessados: este regulamento foi alterado e atualizado em 14/11/2023 quanto ao encerramento da Etapa Internacional MAA Worldwide GLOBES 2023. Leia mais na [Página 34](#).



REGULAMENTO AMPRO GLOBES AWARDS 2023

1. PREMIAÇÃO	2
2. INSCRIÇÕES	3
3. TAXAS DE INSCRIÇÃO	21
4. CATEGORIAS	22
5. ETAPAS	26
6. COMISSÃO JULGADORA.....	26
7. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	28
8. JULGAMENTO, APURAÇÃO DE VOTOS E VALIDAÇÃO.....	30
9. PRÊMIOS	31
10. ETAPA INTERNACIONAL – MAA Worldwide GLOBES 2023.....	33
11. CONSIDERAÇÕES GERAIS	33
12. DO USO DE DADOS E PRIVACIDADE.....	35

1. PREMIAÇÃO

1.1. The MAA Worldwide GLOBES, a principal premiação de *Live Marketing* do Brasil e do mundo, por meio da qual *cases*, agências de Live Marketing e seus clientes, podem ser premiados por suas campanhas e atuação, é uma realização da associação norte-americana *Marketing Agencies Association Worldwide* (“MAAW”), e, no Brasil, é denominado “*AMPRO Globes Awards*” e é organizado pela AMPRO – Associação de Marketing Promocional (“AMPRO”).

1.2. O **AMPRO Globes Awards 2023** é composto pela etapa nacional, subdividida em rankings regional e nacional, abertas à participação de todas as agências brasileiras do setor de Live Marketing, associadas e não associadas à AMPRO.

1.2.1. Para fins do **AMPRO Globes Awards 2023**, serão admitidas as inscrições apenas de empresas cujo objeto principal, constante em seus documentos de constituição, seja a atuação como “agência”.

1.3. O **AMPRO Globes Awards 2023** seguirá os seguintes agrupamentos geográficos (“Região”):

Ranking Regional:

(i) **AMPRO Globes Awards 1 (N, NE, CO)** – no qual concorrerão as agências com sede nas cidades dos estados de AC, AM, AP, PA, RO, RR, AL, BA, CE, MA, PB, PE, PI, RN, SE, TO; GO, MT, MS, DF;

(ii) **AMPRO Globes Awards 2 (SE, S)** – no qual concorrerão as agências com sede nas cidades dos estados de RJ, MG, ES, PR, SC, RS;

(iii) **AMPRO Globes Awards 3 (SP)** – no qual concorrerão as agências com sede nas cidades do estado de SP.

Ranking Nacional:

(iv) **AMPRO Globes Awards** – no qual concorrerão as agências com sede no Brasil todo conforme condições expostas neste regulamento.

1.4. As inscrições no **AMPRO Globes Awards 2023** deverão ser realizadas nos termos deste Regulamento, observando-se especialmente as disposições contidas nas seções **2. INSCRIÇÕES** e **3. TAXAS DE INSCRIÇÃO**, abaixo.

1.5. Antes de inscrever um *case*, a agência deverá obter anuência expressa de seu cliente para a realização da referida inscrição.

1.5.1. A agência será a única e exclusiva responsável pela realização da inscrição e pela obtenção da anuência prévia do cliente e das demais pessoas e empresas eventualmente envolvidas no *case*.

1.5.2. A agência expressamente isenta a AMPRO de qualquer responsabilidade referente à obtenção das respectivas autorizações, nos termos acima.

1.5.3. A não obtenção da autorização junto ao cliente poderá implicar na desclassificação da agência e eliminação do *case* do AMPRO Globes Awards 2023 pela comissão organizadora, em qualquer etapa do processo de julgamento. Nesse caso, a agência não fará jus a qualquer restituição de quaisquer valores despendidos pela agência para fins de viabilização da inscrição, em especial os valores de inscrição.

1.5.4. O cliente poderá, a qualquer momento, manifestar-se contrariamente à inscrição e participação do *case* no AMPRO Globes Awards 2023. Em tais casos, a agência será igualmente desclassificada e o *case* será eliminado do AMPRO Globes Awards 2023 pela comissão organizadora, o que poderá ocorrer em qualquer etapa do processo de julgamento, caso haja manifestação contrária por parte do cliente envolvido.

1.6. Cases que tenham envolvimento, direto ou indireto, de mais de uma agência de LiveMarketing somente poderão ser inscritos no **AMPRO Globes Awards 2023** pela agência responsável.

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

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

1.6.3. Caso mais de uma agência apresente documentação que permitam entender que ambas possuem os direitos e autorizações à inscrição de um mesmo *case*, as agências deverão estabelecer entre si qual será considerada a “agência responsável” que seguirá com participação no **AMPRO Globes Awards 2023**. Caso não haja consenso entre as agências, a AMPRO poderá desclassificar tais agências e excluir o *case* do **AMPRO Globes Awards 2023**. Em qualquer das situações acima, as agências não farão jus a qualquer restituição de quaisquer valores despendidos pela agência para fins de viabilização da inscrição, em especial os valores de inscrição.

1.7. Os *cases* poderão ser inscritos nas categorias disponíveis no **AMPRO Globes Awards 2023**, de acordo com o disposto na seção 4. CATEGORIAS.

2. INSCRIÇÕES

2.1. As inscrições dos *cases* para a **AMPRO Globes Awards 2023** deverão ser feitas exclusivamente pelo hotsite do **AMPRO Globes Awards** (www.amproglobesawards.com.br), correspondente à **cidade sede da agência que inscreve o *case*** em questão, conforme item 1.4 acima deste Regulamento.

2.2. Somente poderão ser inscritos no **AMPRO Globes Awards 2023** os *cases* que tiverem sido implementados entre **01 de janeiro de 2022 e 31 de julho de 2023** (inclusive), independentemente do período despendido para sua criação, concepção e/ou preparação.

2.3. Serão imediatamente desclassificados todos os *cases* de agências que *apresentem* indícios e/ou provas de implementação fora do período aqui estabelecido. Se o case for de longa duração, os resultados precisam ser inclusos no calendário do ano vigente ao período de inscrições do prêmio.

2.4. As inscrições de *cases* no **AMPRO Globes Awards 2023** poderão ser realizadas a partir das **18h** do dia **20 de julho**, encerrando-se às **23h59** do dia **18 de setembro de 2023** (“Prazo das Inscrições”).

2.4.1. O Prazo das Inscrições poderá ser prorrogados e/ou alterados sem prévio aviso, a critério exclusivo da AMPRO. Em caso de prorrogação e/ou alteração, as novas datas serão divulgadas no Portal da AMPRO (www.ampro.com.br) e/ou na *fanpage* oficial do AMPRO no Facebook (<https://www.facebook.com/amprooficial>); LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/amprooficial>) e Instagram (<https://www.instagram.com/amprooficial/>)

2.4.2. Uma inscrição só será considerada confirmada pela AMPRO como participante do **AMPRO Globes Awards 2023** mediante realização do pagamento **da taxa de inscrição**.

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

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

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

2.5. A inscrição será composta, **obrigatoriamente**, das informações e documentos relacionados, que serão fornecidos mediante preenchimento de um formulário digital e do envio de arquivos conforme abaixo:

(i) **Ficha de inscrição:** formulário contendo os dados cadastrais da agência e dados relacionados à campanha/case, como título, cliente, categoria, entre outros contidos no formulário de inscrição;

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

(iii) **Vídeo case:** arquivo de vídeo de, no máximo, 120 (cento e vinte) segundos deduração e ser feito o *upload* diretamente no sistema de inscrição – www.amproglobesawards.com.br, no formato MP4 ou MOV até 100MB. Os vídeos com duração superior a 120 (cento e vinte) segundos serão desclassificados. O vídeo case é oportunidade de apresentar ao corpo de jurados como se deu ação – dos desafios, solução, execução, resultados, a vibração e experiência do público, ação de forma impactante e eficaz, contendo uma versão resumida da campanha/case com seus melhores momentos. Você pode criar esse material audiovisual utilizando recursos como Power Point ou outros formatos animados, incorporando elementos do conceito criativo (KV) e um resumo detalhado do projeto. Você encontra referências de vídeos das edições anteriores ([clique aqui e veja referências de vídeo cases das edições anteriores - Ampro Globes Awards](#)).

(iv) **Cartão do CNPJ** – Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral da Agência https://servicos.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/Cnpjreva_Solicitacao.asp em extensão PDF de baixa resolução (no máximo de 3MB).

2.5.1. As inscrições **que não apresentarem a documentação indicada nos itens acima**, ainda que apresentem o devido pagamento da taxa de inscrição, serão consideradas não realizadas e, portanto, desconsideradas do **AMPRO Globes Awards 2023**, sem direito a devolução da taxa de inscrição.

2.5.2. Caso a agência participante inscreva mais de um case (na mesma categoria ou em categorias diferentes), será seguido o procedimento acima mencionado, com validação do cadastramento da agência, com o mesmo e-mail anteriormente utilizado, o qual já estará efetivado e será acessado através de link no e-mail.

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

(i) **Objetivo do Projeto:** Quais os objetivos e/ou o porquê a ação foi desenvolvida? Qual a meta do job/projeto? Quais os KPIs estabelecidos no início do projeto e quais resultados mensurados?

(ii) **Estratégia:** Qual estratégia para alcançar os objetivos/KPIs e por quê? A estratégia foi pensada para marca e/ou consumidor? O que foi identificado durante a implantação da campanha e como estas informações ajudaram na estratégia? (serão considerados dados como: contexto, adequação, relevância e qualidade do pensamento e aplicação da estratégia);

(iii) **Conceito Criativo:** Dados os objetivos, quão forte e relevante é o conceito criativo? É forte para a marca e o consumidor? Como a ação foi planejada? Esta é

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

(iv) Execução: Quão bem foram executados todos os elementos e etapas da ação? Qualidade, conceito criativo e etapa/etapas de implementação? Que desafios/problemas foram enfrentados e superados com consumidores, equipes e força de venda (e/ou outros públicos não mencionados)? Como a ação se destacou? Teve forte presença no mercado? Serão consideradas qualidade, complexidade e criatividade durante a execução;

(v) Resultado: Explicar os resultados da ação usando o máximo de detalhes possíveis. Quão bem a ação se saiu diante dos objetivos estabelecidos? Foram dados padrões verossímeis para dar contexto à força dos resultados? Qual foi o ROI (*Return Over Investment*/Retorno sobre o Investimento)? Os KPI's (*Key performance indicator*/indicador chave de performance) foram atingidos/superados? Se existem resultados confidenciais, qualifique e dê contexto com o máximo de detalhes possíveis. Caso a ação seja recorrente, desejável colocar comparativos que mostrem a eficiência/relevância dos resultados do período do case inscrito no **AMPRO Globes Awards 2023**. Se o case for de longa duração e/ou contínuo, os resultados devem ser demonstrados dentro do prazo/período conforme consta no item 2.2 acima.

(vi) Resumo do case: Descritivo da ação/projeto, planejamento, duração, orçamento, comunicação, execução, materiais e ferramentas utilizados.

2.6. Defesa do case – GRAND PRIX ESG, a agência que informar que o seu case atende os requisitos de ESG abaixo citados, conforme constam por categorias, e, por sua livre opção, tiver interesse em participar do **GRAND PRIX ESG**, deverá preencher/responder os itens referentes ao seu case.

(i) A participação no GRAND PRIX ESG AMPRO é opcional e deverá ser manifestada expressamente pela Agência, conforme campo específico no momento da inscrição.

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

(iii) A pergunta Resumo: Por que essa ação/campanha merece ser vencedora do GRAND PRIX ESG AMPRO 2023? A pergunta constará em todas as categorias.

A agência também poderá, por sua livre e espontânea decisão, responder ao **questionário de múltipla escolha ESG**, caso identifique que seu case se enquadra em alguma(s) das questões gerais apresentadas no formulário.

VERTICAL BUSINESS

1) CREATIVE BUSINESS TRANSFORMATION

É na crise que aparecem grandes ideias. Esta é uma categoria que valorizará ações diferenciadas de suporte à revisão e disrupção de negócios. Um novo tipo de serviço, uma pivotada na forma de atuar ou uma solução inusitada de apresentar, promover, vender ou entregar produtos e serviços.

1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?
2. Qual o impacto positivo residual da ação?
3. É mensurável? Quais os resultados obtidos?
4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG?

Vide questionário abaixo.

2) MELHOR CONSTRUÇÃO DE MARCA

Ação ou campanha de experiência que contribuiu efetivamente para a construção ou consolidação de imagem, reforçando o posicionamento da marca podendo incluir uso de mídia, a depender do tipo de ação.

1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?
2. A ação, campanha ou experiência contribuiu positivamente para a sociedade?
3. Qual o impacto positivo?
4. É mensurável? Quais os resultados obtidos?
5. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG?

Vide questionário abaixo.

3) MELHOR LANÇAMENTO DE PRODUTO

Ações ou campanhas que destacam o lançamento ou relançamento de um produto ou serviço para atingir o público em qualquer setor.

1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?
2. A ação, campanha ou experiência contribuiu positivamente para a sociedade?
3. Qual o impacto positivo?
4. É mensurável? Quais os resultados obtidos?
5. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG?

Vide questionário abaixo.

4) MELHOR CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Ações que utilizaram, no mínimo, três disciplinas de marketing componentes do 'guarda-chuva' do Live Marketing (ex.: marketing direto, digital, trade marketing, evento, marketing de incentivo, marketing promocional, conteúdo, dentre outras ferramentas) para o desenvolvimento do projeto e que demonstrem o resultado alcançado.

1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?
2. A ação, campanha ou experiência contribuiu positivamente para a sociedade?
3. Qual o impacto positivo?
4. É mensurável? Quais os resultados obtidos?
5. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG?

Vide questionário abaixo.

VERTICAL CONSUMER	
<p>5) <u>MELHOR IDEIA OU CONCEITO</u> As ações ou campanhas que apresentam uma ideia ou conceito de marketing exclusiva. Uma ideia que tenha assumido o risco ou fora da caixa. As execuções podem incluir toda a esfera das ações de live marketing: eventos, ativações, content, promoções, digital, marketing de incentivo ou trade marketing.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. A marca está relacionada a uma causa? Qual? 2. A ação, campanha ou experiência contribuiu positivamente para a sociedade? 3. Qual o impacto positivo? 4. É mensurável? Quais os resultados obtidos? 5. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG? <p>Vide questionário abaixo.</p>
<p>6) <u>MELHOR EXPERIÊNCIA DE MARCA</u> Ação que melhor entrega uma experiência de marca para o público-alvo, através de evento, road shows, exposições, ativações de marca em áreas públicas ou de grande circulação, pop-up store, demonstrações de produtos, degustação e distribuição de amostras, seja com uso de equipamentos, tecnologias ou interação pessoal.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. A marca está relacionada a uma causa? Qual? 2. A ação, campanha ou experiência contribuiu positivamente para a sociedade? 3. Qual o impacto positivo? 4. É mensurável? Quais os resultados obtidos? 5. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG? <p>Vide questionário abaixo.</p>
<p>7) <u>MELHOR EVENTO PRESENCIAL, VIRTUAL OU HÍBRIDO</u> Eventos que usaram a criatividade e recursos inovadores para gerar uma experiência impactante. Serão julgados os eventos com as melhores soluções dentro do ambiente presencial, virtual ou híbrido, deverão ser inscritos nessa categoria.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. A marca está relacionada a uma causa? Qual? 2. Qual o impacto positivo? 3. É mensurável? Quais os resultados obtidos? 4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG? <p>Vide questionário abaixo.</p>
<p>8) <u>MELHOR PROMOÇÃO</u> Serão julgadas ações da essência do marketing promocional: concursos, sorteios, vale-brinde, juntou-trocou e todos os tipos de promoção de vendas deverão ser inscritas nessa categoria.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. A marca/produto está relacionada a alguma causa? Qual? 2. Qual o impacto positivo? 3. É mensurável? Quais os resultados obtidos? 4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG? <p>Vide questionário abaixo.</p>

VERTICAL CONTENT**9) MELHOR USO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

Ações ou campanhas que tiveram o melhor uso de relações públicas como componente de resultado para promover um produto ou serviço. Serão analisados: o contexto da campanha ou ação, a racionalidade por trás da estratégia, execução, investimentos e os resultados. Serão julgadas as ações junto a jornalistas, líderes de opinião, figuras públicas, creators ou influenciadores.

1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?
2. Qual o impacto positivo?
3. É mensurável? Quais os resultados obtidos?
4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG?

Vide questionário abaixo.

10) MELHOR AÇÃO DE ENTRETENIMENTO

Ações ou campanhas que usaram o entretenimento (arte, música, esporte, recreação) para gerar impacto positivo de marca ou resultados de vendas para produtos e serviços utilizando os seguintes meios: eventos (presencial ou digital), áudio visual, TV, streaming, rádio, internet, games, e outros meios.

1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?
2. Qual o impacto positivo?
3. É mensurável? Quais os resultados obtidos?
4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG?

Vide questionário abaixo.

11) MELHOR AÇÃO DE BRAND CONTENT, SOCIAL OU INFLUENCER

Ações de brand content: considerar conteúdo diretamente relacionado ao universo das marcas, ações que utilizaram estratégias nas categorias de conteúdos como: filmes, músicas, esportes, infantis, sênior, games, lifestyle, teens e crowdsourcing ou para promover um produto ou serviço.

Ações/campanhas de vertente social ou influencer, considerar iniciativas que utilizaram predominantemente de redes sociais e/ou do envolvimento de influenciadores ou creators.

1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?
2. Qual o impacto positivo?
3. É mensurável? Quais os resultados obtidos?
4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG?

Vide questionário abaixo.

12) MELHOR ATIVAÇÃO DE PATROCÍNIO

Ações ou campanhas que usaram plataforma de patrocínio como meio para promover um produto ou serviço. Pode ser em eventos, ativações, que usaram meios: como TV, rádio, cinema, mídia impressa, digital ou mídias sociais isoladamente ou conjuntamente. Serão avaliadas ativações de marca em atividades de terceiros, mediante patrocínio.

1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?
2. Qual o impacto positivo?
3. É mensurável? Quais os resultados obtidos?
4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG?

Vide questionário abaixo.

VERTICAL TRADE

<p>13) MELHOR CAMPANHA DE INCENTIVO Campanhas, programas ou conjuntos de ações motivacionais e de relacionamento direcionadas para - públicos internos, colaboradores das empresas, canais de distribuição e suas equipes, revendas e suas equipes, dentre outros canais, não envolvendo ações diretas voltadas à consumidores finais - através do uso de tecnologia e outras ferramentas.</p> <p>Tem como foco o estímulo, a motivação e o engajamento destes públicos para aumento de produtividade, superação de resultados de um ou mais produtos/serviços, categorias, a depender do contexto da empresa.</p>	<ol style="list-style-type: none">1) A marca está relacionada a uma causa? Qual?2) Qual o impacto positivo?3) É mensurável? Quais os resultados obtidos?4) A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG? <p>Vide questionário abaixo.</p>
<p>14) MELHOR EXECUÇÃO DE TRADE MARKETING Programa de execução in store (longo prazo, mais de 6 meses de contrato), soluções para estratégia de atendimento aos PDVS, setorização e roteirização, tecnologias e inovação integradas ao projeto, soluções para gerenciamento e produtividade, gestão da execução/loja perfeita, coleta de dados e BI para trade marketing, execução no físico e digital (off e on), treinamentos e capacitação contínua.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?2. Qual o impacto positivo?3. É mensurável? Quais os resultados obtidos?4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG? <p>Vide questionário abaixo.</p>
<p>15) MELHOR CAMPANHA DE TRADE MARKETING (MULTICANAIS) Campanha de trade com ambientação de PDV, impulsionamento de sell out, exposição impactante de MPDVS, ativação calendário promocional (datas especiais), promoção de vendas no PDV, geração de experiências da marca e produtos com o consumidor final/shopper.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?2. Qual o impacto positivo?3. É mensurável? Quais os resultados obtidos?4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG? <p>Vide questionário abaixo.</p>
<p>16) MELHOR CAMPANHA DE FIDELIDADE DE MARCA Ações ou programas que mais contribuíram para aumento de fidelidade junto ao consumidor em todas as vertentes do Live Marketing.</p>	<ol style="list-style-type: none">1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?2. Qual o impacto positivo?3. É mensurável? Quais os resultados obtidos?4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG? <p>Vide questionário abaixo.</p>
<p>17) MELHOR CAMPANHA B2B Ações ou experiências de empresas para empresas,</p>	<ol style="list-style-type: none">1. A marca está relacionada a uma causa? Qual?

VERTICAL TRADE

que não incluem o consumidor final. São válidas todas as estratégias de marketing, incluindo Live Marketing, para varejistas, revendedores e venda direta B2B.

2. Qual o impacto positivo?
3. É mensurável? Quais os resultados obtidos?
4. A experiência levou em consideração quais itens relacionados a ESG?

Vide questionário abaixo.

QUESTIONÁRIO (CITADO NAS CATEGORIAS ACIMA):

LOCAL *

Universo "E" (meio-ambiente)

	Sim	Não
Laudo de segurança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alvará de Funcionamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conforto e acessibilidade a todos os participantes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Certificado de Vigilância Sanitária indicando condições de higiene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Convenientemente localizado para o transporte público	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atende todas as culturas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possui política ambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possui Bicicletário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contrato de locação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ALIMENTOS E BEBIDAS *

	Sim	Não
Prioriza produtos locais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opções saudáveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boas condições de armazenamento e manipulação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Higiene adequada de alimentos e bebidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Processo para prevenção de desperdício	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

EMBALAGENS *

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

MATERIAIS de MONTAGEM e CENOGRAFIA

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

MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO *

	Sim	Não
Inscrição de Credenciamento digitais (plataformas de eventos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO (2) *

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

TRANSPORTE *

	Sim	Não
Opção sustentável de transporte publicadas nos materiais do evento/website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Providenciado transporte coletivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carona solidária/vans para regiões distantes dos grandes centros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veículos de fornecedores em bom estado de manutenção de modo a consumirem menos combustível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

RESÍDUOS *

	Sim	Não
Gestão responsável de destinação de resíduos / zero lixo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coletores identificados para tipo de resíduos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acordo com cooperativas formalizadas para o direcionamento correto de todo os resíduos (orgânicos, recicláveis e outros)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relatório da quantidade de resíduos coletados por tipo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestão de resíduos da montagem, desmontagem e cenografia separados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tratamento de esgoto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Expositores orientados e com equipamentos adequados para conscientização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ENERGIA *

	Sim	Não
Consumo de energia medido em todas as etapas com evidências (montagem, realização e desmontagem?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Origem da energia limpa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consumo de biodiesel mensurado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existem medidas para reduzir o consumo de energia (Luz natural, lâmpadas de LED, e outros)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ar-condicionado de acordo com otimização e redução de GEE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades em ambiente com ventilação natural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uso de geradores? (Diesel, gás, baterias?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ÁGUA *

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

EMISSÕES DE CO2 e GEE *

	Sim	Não
Medição de pegada de CO2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serão quantificadas as emissões de GEE referentes ao deslocamento do público, prestadores de serviços, donos do evento, parceiros, patrocinadores e demais autores que participarem do evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serão realizados relatórios das emissões geradas pelo evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neutralização de carbono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quantificação e neutralização realizadas por empresas terceirizadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Processos para redução das emissões de GEE durante as etapas de montagem, realização e desmontagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Universo "S" (Social)

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

	Sim	Não
Regime de trabalho e compensação justos e legais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saúde e bem-estar, estrutura de serviço médico, ambulância/ paramédicos prevenção de acidentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D&I: Equidade de gêneros, LGBTQIA+, PCDs, Etnias – sinalização adequada, banheiros, equipe/oportunidade de trabalho, estrutura adequada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacitação/ treinamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seleção sem vieses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manual de ética e conduta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Política e treinamento anti-assédio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Relações externas *

	Sim	Não
Apoio a iniciativas sociais/ Envolvimento com instituições	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Engajamento cívico/ doações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Envolvimento e apoio a programas focados na comunidade próxima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relações transparentes com mídia e sociedade em geral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sobre o universo "G" (Governança)

Relações entre contratantes e contratados.*
MELHORES PRÁTICAS AMPRO

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

2.6.1. Recomendações e dicas:

(i) Para melhor desempenho do *case*, orienta-se que não sejam utilizados os mesmos textos para *cases* inscritos em mais de uma categoria, conforme especificações de categorias previstas na Seção 4 CATEGORIAS.

(ii) Se um dos desafios do *case* for resquício da pandemia, inclua tal informação no campo da estratégia da defesa, conforme item 2.5.3 acima.

(iii) Se um dos desafios do *case* foi dentro de um budget/investimento baixo, mudança de cultura, contexto, comportamento do público, conjuntura etc., inclua tal informação no campo da estratégia da defesa, conforme item 2.5.3 acima.

2.6.2. Para garantir a imparcialidade no julgamento, **fica expressamente proibida** a identificação da agência responsável pelo *case* inscrito em qualquer um dos itens acima mencionados ou, ainda no material visual (prancha e vídeo *case*). Como identificação entende-se: logotipo, menção do nome, sigla, nome dos arquivos submetidos na plataforma de inscrição que identificam a agência ou qualquer outro tipo de sinal distintivo ou de alusão que remeta à agência participante.

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

2.6.4. **Apenas o formulário de inscrição online**, deverá conter dados que identifiquem a agência, os quais devem ser inseridos devidamente nos campos destinados a esta

finalidade.

2.6.5. Os *cases* inscritos sem o envio dos arquivos digitais obrigatórios constantes do item 2.5 acima, ou, ainda, que contenham arquivos digitais ilegíveis, corrompidos ou inseridos em formato diferente do mencionado naquele item serão desclassificados.

2.6.6. A inclusão de um vídeo case ilustrativo da campanha no ato da inscrição é igualmente obrigatória. A agência deverá anexar o referido vídeo à inscrição como um complemento para a análise do júri, observando as restrições estabelecidas no item 2.5 (iii) acima.

2.6.7. Uma mesma marca ou campanha (com o mesmo *case* ou *cases* diferentes) poderá ser inscrita pela mesma agência em categorias diversas, sendo recomendado, para um melhor desempenho do *case* no **AMPRO Globes Awards 2023**, que cada inscrição **tenha descrição, objetivos e justificativas distintas e específicas para cada categoria pretendida**, inclusive com o detalhamento dos pontos conexos e os motivos que justificariam o enquadramento e participação do *case* naquela determinada categoria.

2.6.8. Fica estabelecido que um único case poderá ser inscrito em categorias diversas, não havendo qualquer limitação relacionada à quantidade de categorias para inscrição de um mesmo case.

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

(i) Identificação da agência em qualquer item e/ou documento do *case*, seja por nome, logotipo, sigla ou qualquer outro componente que se relacione ou faça alusão à mesma. **Apenas o Formulário de inscrição online deverá conter dados que identifique a agência, os quais devem ser inseridos devidamente nos campos destinados a esta finalidade;**

(ii) *Cases* inscritos que não preencham todos os requisitos contidos nos itens 2.2, 2.3 e 2.4 acima;

(iii) Ações/projetos implementados fora do período estipulado no item 2.2;

(iv) Não apresentar os pontos conexos e motivos que justificariam o enquadramento e participação do *case* naquela determinada categoria;

(v) *Cases* que tiverem arquivos ou vídeos em desacordo com a forma e formatos especificados neste Regulamento;

(vi) Inscrições não concluídas ou feitas fora do período de inscrição e inscrições não pagas ou pagas fora do prazo de vencimento do boleto emitido.

2.6.10. Somente serão aceitas inscrições que atenderem às condições definidas neste *Regulamento*. **Nenhum valor de inscrição pago será devolvido em caso de desclassificação**

da agência ou do *case* concorrente por qualquer questão disposta neste regulamento ou, ainda, por desistência da agência.

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

3. TAXAS DE INSCRIÇÃO

3.1. Os valores abaixo contemplam a inscrição individual de cada *case* no **AMPRO Globes Awards 2023** em cada uma das categorias que seja inscrito e que deverá ser pago dentro do prazo de vencimento e do prazo determinado para o período de inscrição, conforme disposto neste regulamento.

AMPRO GLOBES AWARDS - 2023		
TABELA DE PREÇOS – TAXA DE INSCRIÇÃO (Valores em reais (R\$), por case/inscrição em cada categoria)		
QUANTIDADE DE CASES	ASSOCIADO AMPRO	NÃO ASSOCIADO AMPRO
1 a 5 cases	R\$ 450,00	R\$ 600,00
6 até 10 cases - 5% de desconto	R\$ 427,50	R\$ 570,00
Acima de 11 cases - 10% de desconto	R\$ 405,00	R\$ 540,00

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

3.1.1. As agências respondentes da pesquisa de pulso de janeiro/2023 farão jus a 15% (quinze por cento) de desconto na primeira inscrição de um case.

3.1.2. A inscrição de um *case* em mais de uma categoria e/ou de vários *cases* em uma mesma categoria, implicará na obrigatoriedade de recolhimento de uma taxa de inscrição para cada *case/categoria* inscrita, na etapa de *shortlist*, conforme tabela abaixo.

3.1.3. Os valores abaixo contemplam o custo adicional da inscrição de cada case classificado na *shortlist* do **AMPRO Globes Awards 2023**:

AMPRO GLOBES AWARDS – 2023	
TABELA DE PREÇOS – TAXA DE INSCRIÇÃO COMPLEMENTAR – SHORTLIST (Valores em reais (R\$), por case/inscrição em cada categoria)	
Associado AMPRO	R\$ 500,00
Não Associado AMPRO	R\$ 650,00

3.1.4. Todas as inscrições deverão obrigatoriamente ocorrer no **AMPRO Globes Awards 2023** e os cases declarados classificados para a *shortlist* na **Etapa Classificatória**, estarão automaticamente inscritos, devendo a agência efetuar o pagamento de taxa de inscrição complementar, conforme estipulado acima, para confirmação de sua inscrição, sob pena de não participarem do **AMPRO Globes Awards 2023**.

3.1.5. Os participantes classificados para a *shortlist* serão notificados por meio da plataforma de inscrição e por e-mail para recolhimento da taxa de inscrição complementar, que deverá ser paga por meio da plataforma de inscrição impreterivelmente no período de 29 de novembro e 4 de dezembro de 2023. Dessa forma, nenhum *case* classificado na *shortlist* será considerado efetivamente inscrito no **AMPRO Globes Awards 2023** enquanto não efetuado o pagamento da taxa de inscrição complementar.

3.1.6. A taxa de inscrição complementar, deverá ser paga entre as opções: PIX, boleto bancário ou cartão de crédito, de acordo com as condições, meios e prazos disponíveis no site de inscrição. **Cases inscritos no penúltimo e último dia de inscrição, o pagamento deverá ser efetuado no mesmo dia, sob pena de desclassificação.**

4. CATEGORIAS

4.1. Poderão ser inscritos no **AMPRO Globes Awards 2023**, *cases* que se enquadrem nas categorias abaixo, dentre as 4 (quatro) verticais de atuação:

A) BUSINESS:

1. CREATIVE BUSINESS TRANSFORMATION – É na crise que aparecem grandes ideias. Esta é uma categoria que valorizará ações diferenciadas de suporte à revisão e disrupção de negócios. Um novo tipo de serviço, uma pivotada na forma de atuar ou uma solução inusitada de apresentar, promover, vender ou entregar produtos e serviços.

2. MELHOR CONSTRUÇÃO DE MARCA - Ação ou campanha de experiência que contribuiu efetivamente para a construção ou consolidação de imagem, reforçando o posicionamento da marca podendo incluir uso de mídia, a depender do tipo de ação.

3. MELHOR LANÇAMENTO DE PRODUTO - Ações ou campanhas que destacam o lançamento ou relançamento de um produto ou serviço para atingir o público em qualquer setor.

4. MELHOR CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA - Ações que utilizaram, no mínimo, três disciplinas de marketing componentes do 'guarda-chuva' do Live Marketing (ex.: marketing direto, digital, trade marketing, evento, marketing de incentivo, marketing promocional, conteúdo, dentre outras ferramentas) para o

desenvolvimento do projeto e que demonstrem o resultado alcançado.

B) CONSUMER:

5. MELHOR IDEIA OU CONCEITO - As ações ou campanhas que apresentam uma ideia ou conceito de marketing exclusiva. Uma ideia que tenha assumido o risco ou fora da caixa. As execuções podem incluir toda a esfera das ações de live marketing: eventos, ativações, content, promoções, digital, marketing de incentivo ou trade marketing.

6. MELHOR EXPERIÊNCIA DE MARCA - Ação que melhor entrega uma experiência de marca para o público-alvo, através de evento, road shows, exposições, ativações de marca em áreas públicas ou de grande circulação, pop-up store, demonstrações de produtos, degustação e distribuição de amostras, seja com uso de equipamentos, tecnologias ou interação pessoal.

7. MELHOR EVENTO PRESENCIAL, VIRTUAL OU HÍBRIDO – Eventos que usaram a criatividade e recursos inovadores para gerar uma experiência impactante. Serão julgados os eventos com as melhores soluções dentro do ambiente presencial, virtual ou híbrido, deverão ser inscritos nessa categoria

8. MELHOR PROMOÇÃO – Serão julgadas ações da essência do marketing promocional: concursos, sorteios, vale-brinde, juntou-trocou e todos os tipos de promoção de vendas deverão ser inscritas nessa categoria.

C) CONTENT:

9. MELHOR USO DE RELAÇÕES PÚBLICAS - Ações ou campanhas que tiveram o melhor uso de relações públicas como componente de resultado para promover um produto ou serviço. Serão analisados: o contexto da campanha ou ação, a racionalidade por trás da estratégia, execução, investimentos e os resultados. Serão julgadas as ações junto a jornalistas, líderes de opinião, figuras públicas, creators ou influenciadores.

10. MELHOR AÇÃO DE ENTRETENIMENTO - Ações ou campanhas que usaram o entretenimento (arte, música, esporte, recreação) para gerar impacto positivo de marca ou resultados de vendas para produtos e serviços utilizando os seguintes meios: eventos (presencial ou digital), áudio visual, TV, streaming, rádio, internet, games, cinema, podcast, vídeo cast e outros meios.

11. MELHOR AÇÃO DE BRANDED CONTENT, SOCIAL OU INFLUENCER - Ações de brand content: considerar conteúdo diretamente relacionado ao universo das marcas, ações que utilizaram estratégias nas categorias de conteúdos como filmes,

músicas, esportes, infantis, sênior, games, lifestyle, teens e crowdsourcing ou para promover um produto ou serviço.

Ações/campanhas de vertente social ou influencer, considerar iniciativas que utilizaram predominantemente de redes sociais e/ou do envolvimento de influenciadores ou creators.

12. MELHOR ATIVAÇÃO DE PATROCÍNIO - Ações ou campanhas que usaram plataforma de patrocínio como meio para promover um produto ou serviço. Pode ser em eventos, ativações, que usaram meios: como TV, rádio, cinema, mídia impressa, digital ou mídias sociais isoladamente ou conjuntamente. Serão avaliadas ativações de marca em atividades de terceiros, mediante patrocínio.

D) TRADE:

13. MELHOR CAMPANHA DE INCENTIVO - Campanhas, programas ou conjuntos de ações motivacionais e de relacionamento direcionadas para - públicos internos, colaboradores das empresas, canais de distribuição e suas equipes, revendas e suas equipes, dentre outros canais, não envolvendo ações diretas voltadas à consumidores finais - através do uso de tecnologia e outras ferramentas.

Tem como foco o estímulo, a motivação e o engajamento destes públicos para aumento de produtividade, superação de resultados de um ou mais produtos/serviços, categorias, a depender do contexto da empresa

14. MELHOR EXECUÇÃO DE TRADE MARKETING - Programa de execução in store (longo prazo, mais de 6 meses de contrato), soluções para estratégia de atendimento aos PDVS, setorização e roteirização, tecnologias e inovação integradas ao projeto, soluções para gerenciamento e produtividade, gestão da execução/loja perfeita, coleta de dados e BI para trade marketing, execução no físico e digital (off e on), treinamentos e capacitação contínua.

15. MELHOR CAMPANHA DE TRADE MARKETING (MULTICANAIS)- Campanha de trade com ambientação de PDV, impulsionamento de sell out, exposição impactante de MPDVS, ativação calendário promocional (datas especiais), promoção de vendas no PDV, geração de experiências da marca e produtos com o consumidor final/shopper.

16. MELHOR CAMPANHA DE FIDELIDADE DE MARCA - Ações ou programas que mais contribuíram para aumento de fidelidade junto ao consumidor em todas as vertentes do Live Marketing.

17. MELHOR CAMPANHA B2B – Ações ou experiências de empresas para empresas, que não incluem o consumidor final. São válidas todas as estratégias de marketing, incluindo Live Marketing, para varejistas, revendedores e venda direta B2B.

17.1.1. Para uma melhor compreensão sobre cada uma das categorias, verifique os vídeos tutoriais disponíveis no *hotsite* do **AMPRO Globes Awards 2023** www.amproglobesawards.com.br.

17.1.2. Adicionalmente à premiação das categorias elencadas acima, será premiada a ação de Live Marketing que mais se destacou no ano de 2022/2023, da seguinte forma:

4.2. GRAND PRIX – Essa é a categoria que visa premiar a melhor ação do ano. Nesta categoria todos os cases que receberam OURO no Ranking Nacional, em quaisquer categorias, automaticamente concorrerão entre si e o júri, composto pelos jurados e os presidentes do júri, decidirão de acordo com o critério CRIATIVIDADE qual foi aquele que mais se destacou das demais.

4.2.1. **GRAND PRIX ESG - AMPRO Globes Awards 2023** – O conceito ESG (Environmental, Social, Governance) cada vez mais ganha importância, exigindo das marcas comportamentos e ações de comunicação e marketing cada vez mais consistentes e ao encontro dos conceitos do ESG. Serão julgadas ações ou campanhas que usaram as ferramentas do Live Marketing para gerar impacto em atividades de cunho ambiental, de assistência social, educação, emergências ou tragédias, responsabilidade corporativa e arrecadação de fundos. Serão analisadas ainda as ações e campanhas que estimularam a inclusão social, equidade de gêneros e a quebra de qualquer tipo de preconceito. Essa é a primeira edição desta categoria, que visa premiar a melhor ação dentro das premissas de ESG descritas nesse regulamento e identificadas pelas perguntas nas respectivas categorias.

4.2.1.1. Todos os cases inscrito para a categoria GRAND PRIX ESG - AMPRO Globes Awards 2023 que se classificarem no Ranking Nacional, em quaisquer categorias, automaticamente concorrerão entre si e o júri, composto pelos jurados e os presidentes do júri, decidirão de acordo com critérios de ESG, descritas nesse regulamento e identificadas pelas perguntas nas respectivas categorias, qual foi aquele que mais se destacou das demais.

4.2.1.2. A participação na categoria GRAND PRIX ESG AMPRO Globes Awards 2023 é opcional e, para concorrer, a agência interessada deverá assinalar campo específico do formulário de cadastro indicando seu interesse na participação, além de apresentar as informações solicitadas no campo Defesa do case – GRAND PRIX ESG caso identifique que o case atende os requisitos de ESG aqui citados conforme constam no item 2.6 acima.

4.2.1.3. O case vencedor na categoria GRAND PRIX ESG AMPRO Globes Awards 2023 fará jus a **5 (cinco) pontos adicionais** que serão acrescidos ao somatório de Agência do Ano.

4.2.1.4. Na etapa de julgamento online GRAND PRIX ESG AMPRO Globes Awards 2023 na etapa classificatória, haverá uma pergunta para o júri - **“Esse case merece ganhar um Grand Prix ESG?”** Os cases com maior número de “SIM” recebidos pelos jurados estarão elegíveis a próxima etapa, que é a escolha final dos presidentes de Júri, desde que atendam ao critério de avaliação do case votado no GRAND PRIX ESG AMPRO Globes

Awards 2023: se estiver classificado entre OURO, PRATA OU BRONZE, mesmo que atinja a pontuação maior que 51% de SIM.

4.2.1.5. Para o prêmio GRAND PRIX ESG AMPRO Globes Awards 2023, o júri, composto pelos jurados e pelos presidentes do júri, decidirão, de acordo com o critério ESG qual foi aquele que mais se destacou das demais, dentre aqueles cases contemplados no Ranking Nacional. A ação vencedora receberá o **Prêmio AMPRO Globes Awards 2023 – GRAND PRIX ESG AMPRO Globes Awards 2023**.

4.2.1.6. O **AMPRO Globes Awards 2023 – Ranking Nacional** premiará, também, a agência de Live Marketing que mais se destacou no ano de 2022/2023, com o prêmio: **(i) MELHOR AGÊNCIA DE LIVE MARKETING DO ANO**.—Para tanto, serão considerados participantes todos os cases contemplados com Ouro no **Ranking Nacional**.

5. ETAPAS

5.1. Finalizado o Prazo das Inscrições, terá início a primeira etapa do **AMPRO Globes Awards 2023 (“Etapa Eliminatória”)**.

5.1.1. Todos os cases analisados e aprovados na **Etapa Eliminatória** com, no mínimo, 51% (cinquenta e um por cento) dos votos “SIM”, conforme item 7.2 abaixo, seguirão para a segunda etapa do **AMPRO Globes Awards 2023 (“Etapa Classificatória”)**.

5.2. Na **Etapa Classificatória**, os jurados deverão analisar, por categoria, os *cases* selecionados na **Etapa Eliminatória**, atribuindo pontos de 1 (um) a 5 (cinco) para cada ação.

5.3. Terminado o julgamento da **Etapa Classificatória**, serão formados dois rankings paralelos – o “Ranking Regional” e o “Ranking Nacional”.

5.4. Ranking Regional. Os 05 (cinco) *cases* de cada categoria, selecionados em cada região, que obtiverem as melhores notas, comporão a *shortlist* que será divulgado no dia 29 de novembro de 2023, nos canais de comunicação.

5.4.1. Os 05 (cinco) *cases* que obtiverem as melhores notas e compuserem a *shortlist* serão considerados finalistas de sua categoria, podendo vir a receber, a critério dos jurados, os prêmios **AMPRO Globes Awards 2023 – Regional**, que serão categorizados em “OURO”, “PRATA” e “BRONZE”.

5.4.2. Ranking Nacional. Os 05 (cinco) *cases* de cada categoria, selecionados em cada região, que obtiverem as melhores notas, comporão a *shortlist* que será divulgado no dia 29 de novembro de 2023, nos canais de comunicação.

5.4.2.1. Os 05 (cinco) *cases* que obtiverem as melhores notas e compuserem a *shortlist* serão considerados finalistas de sua categoria, podendo vir a receber, a critério dos jurados, os prêmios **AMPRO Globes Awards 2023 – Nacional**, que serão categorizados em “OURO”, “PRATA” e “BRONZE”.

5.5. Os cases premiados no Ranking Regional e Nacional, Melhor Agência do Ano, Grand Prix e Grand Prix ESG, serão conhecidos no evento de premiação.

6. COMISSÃO JULGADORA

6.1. A premiação nos Rankings Regional e Nacional, bem como a escolha do Grand Prix, Grand Prix ESG e Agência do Ano, contará com uma Comissão Julgadora composta por membros jurados (“**Júris**”). Os Júris serão presididos por Presidentes do Júri.

6.1.1. Presidentes do Júri: São pessoas indicadas pelo Conselho da AMPRO e validadas pela Diretoria da AMPRO. Serão 2 (dois) Presidentes do Júri para as 4 (quatro) verticais de atuação, abrangendo 17 (dezesete) categorias sinalizadas no item 4.1 acima. Eles não têm direito a voto, sendo sua função principal dar direcionamento aos jurados envolvidos em suas categorias. Em caso de empate, caberá aos Presidentes do Júri a decisão final de desempate.

6.1.2. Se um dos Presidentes do Júri tiver envolvimento com algum(ns) do(s) case(s) finalista(s)/vencedor(es), GRAND PRIX, GRAND PRIX ESG, a decisão ficará a cargo do Presidente que não tiver envolvimento com o(s) mesmo(s).

6.1.3. Caso os 2 (dois) Presidentes do Júri tenham envolvimento com algum(ns) do(s) case(s) finalista(s)/vencedor(es), GRAND PRIX, GRAND PRIX ESG, a decisão ficará a cargo do corpo de jurados. Nesse caso, será aberta uma convocação extraordinária com os mesmos e a decisão será tomada com a presença da Presidente Executiva e auditor.

6.1.4. Em caso de falta de quórum do corpo de jurados, a decisão ficará a cargo da Presidente Executiva e auditor.

As cláusulas acima 6.1.2, 6.1.3 e 6.1.4, visam assegurar a integridade e a imparcialidade do processo de julgamento e premiação, evitando conflitos de interesse e garantindo a transparência nas decisões.

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

6.2.1. O Júri será composto por profissionais das seguintes áreas:

(i) Profissionais da área criativa do mercado de Live Marketing, Design, Propaganda, Digital, P.R., Creators e Influencers.

(ii) Profissionais de atendimento & negócios, planejamento e produção de agências especializadas no setor de Live Marketing, Design, Propaganda, Digital e P.R.

(iii) Profissionais da área de propaganda e marketing (Representantes das Marcas) de distintos setores da economia.

(iv) Docentes de cursos de comunicação pertencentes a Instituições de Ensino devidamente reconhecidas pelo setor de Live Marketing;

(v) Jornalistas especializados em Live Marketing e áreas afins.

(vi) Representantes de Associações ligadas ao universo de Comunicação e Marketing nacionais e de entidades na América Latina.

(vii) Personalidades ligadas a grupos representativos da sociedade.

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

- (i) Excelência, premiações no setor, etc.
- (ii) Equidade de gênero entre os jurados.
- (iii) Verticalidade racial.
- (iv) Equidade Geracional - *Newblood* (jovens profissionais de destaque no mercado) e *Silver Generation* (profissionais veteranos experientes e de destaque no mercado)
- (v) Diversidade territorial - Representantes de várias regiões do Brasil e do Exterior.

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

6.5. Será permitida a participação no Júri de apenas 1 (um) membro por agência do mesmo território, sendo emitido um relatório dos participantes que integraram o corpo de jurados, que servirá à bastantecomprovação do presente item, sob responsabilidade do auditor responsável.

7. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

7.1. Ressalvadas as disposições dos itens 7.2 e 7.3 abaixo, as campanhas inscritas serão avaliadas com base nos seguintes critérios: estratégia, conceito criativo, execução e resultados.

(i) **Estratégia:** Qual estratégia para alcançar os objetivos/KPIs e por quê? A estratégia foi pensada para marca e/ou consumidor? O que foi identificado durante a implantação da campanha e como estas informações ajudaram na estratégia? (serão considerados dados como: contexto, adequação, relevância e qualidade do pensamento e aplicação da estratégia);

(ii) **Conceito Criativo:** Dados os objetivos, quão forte e relevante é o conceito criativo? É forte para a marca e o consumidor? Como a ação foi planejada? Esta é uma ideia original? Neste quesito serão considerados originalidade, criatividade, ineditismo/inação e impacto geral do conceito criativo;

(iii) **Execução:** Quão bem foram executados todos os elementos e etapas da ação? Qualidade, conceito criativo e etapa/etapas de implementação? Que desafios/problemas foram enfrentados e superados com consumidores, equipes e força de venda (e/ou outros públicos não mencionados)? Como a ação se destacou? Teve forte presença no mercado? Serão consideradas qualidade, complexidade e criatividade durante a execução;

(iv) **Resultados:** Explicar os resultados da ação usando o máximo de detalhes possíveis. Quão bem a ação se saiu diante dos objetivos estabelecidos? Foram dados padrões verossímeis para dar contexto à força dos resultados? Qual foi o ROI (*Return Over Investment/Retorno sobre o Investimento*)? Os KPI's (*key performance indicator/indicador chave de performance*) foram atingidos/superados? Se existem resultados confidenciais, qualifique e dê contexto com o máximo de detalhes

possíveis. Caso a ação seja recorrente, desejável colocar comparativos que mostrem a eficiência/relevância dos resultados do período do case inscrito no AMPRO Globes Awards 2023. Se o case for de longa duração e/ou contínuo, os resultados devem ser demonstrados dentro do prazo/período conforme consta no item 2.2 deste regulamento.

Os juízes do AMPRO Globes Awards considerarão especificamente quão bem a ação se saiu diante dos objetivos estabelecidos.

7.2. Conforme previsto no item 5.1 acima, na **Etapa Eliminatória**, os jurados deverão responder SIM ou NÃO à pergunta:

“Esse trabalho merece ser incluído na *shortlist*? “

7.2.1. Os cases com maior número de “SIM” recebidos pelos jurados no julgamento online, seguirão para a **Etapa Classificatória**.

7.2.2. Contudo, para ser aprovado para a **Etapa Classificatória** é necessário que o case tenha recebido “SIM” de pelo menos 51% (cinquenta e um por cento) dos jurados.

7.3. Na **Etapa Classificatória**, cada mesa de jurados, em cada categoria, destinará pontos. Os *cases* concorrentes receberão pontos (necessariamente número inteiros positivos) para cada critério, conforme abaixo:

Notas de 1 a 5:

7.3.1. A organização, sob concordância do Júri, poderá realizar uma **repescagem afim de repontuar os cases e selecioná-los para a *shortlist***.

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

7.4.1. As categorias terão os seguintes pesos:

Nota 5	Excelente
Nota 4	Ótimo
Nota 3	Muito bom
Nota 2	Bom
Nota 1	Regular

PESOS DOS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DAS CATEGORIAS	
1. CREATIVE BUSINESS TRANSFORMATION 2. MELHOR CONSTRUÇÃO DE MARCA 3. MELHOR LANÇAMENTO DE PRODUTO 4. MELHOR CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA 5. MELHOR IDEIA OU CONCEITO 6. MELHOR EXPERIÊNCIA DE MARCA 7. MELHOR EVENTO PRESENCIAL, VIRTUAL OU HÍBRIDO 8. MELHOR PROMOÇÃO 9. MELHOR USO DE RELAÇÕES PÚBLICAS 10. MELHOR AÇÃO DE ENTRETENIMENTO 11. MELHOR AÇÃO DE BRANDED CONTENT, SOCIAL OU INFLUENCER 12. MELHOR ATIVAÇÃO DE PATROCÍNIO 13. MELHOR CAMPANHA DE INCENTIVO 14. MELHOR EXECUÇÃO DE TRADE MARKETING 15. MELHOR CAMPANHA DE TRADE MARKETING (MULTICANAIS) 16. MELHOR CAMPANHA DE FIDELIDADE DE MARCA 17. MELHOR CAMPANHA B2B	<p style="text-align: center;">Estratégia Cada júri vota de 1 a 5</p> <p style="text-align: center;">Conceito Criativo Cada júri vota de 1 a 5 (com peso x 2)</p> <p style="text-align: center;">Execução Cada júri de vota de 1 a 5 (com peso x 2)</p> <p style="text-align: center;">Resultados Cada júri vota de 1 a 5</p>

7.5. Os cases serão ranqueados, de acordo com a pontuação atribuída pelo júri em votação, e os melhores pontuados serão considerados finalistas e comporão a *shortlist*, respeitados os intervalos de pontos obtidos definidos acima, podendo cada um vir a receber, caso atinjam a nota necessária, os prêmios “OURO”, “PRATA” e “BRONZE”.

8. JULGAMENTO, APURAÇÃO DE VOTOS E VALIDAÇÃO

8.1. O julgamento ocorrerá nas seguintes datas:

- (i) **AMPRO Globes Awards 2023 (Etapa Eliminatória) - entre 03 de outubro e 16 de outubro de 2023;**
- (ii) **AMPRO Globes Awards 2023 (Etapa Classificatória – online individual) - entre 23 de outubro e 08 de novembro de 2023;**
- (iii) **AMPRO Globes Awards 2023 (Etapa Classificatória – online em grupos) – dias 16, 17, 21 e 22 de novembro de 2023;**

8.1.1. Na Etapa **Eliminatória**, o julgamento será realizado exclusivamente de forma online, por meio de sistema especialmente desenvolvido para tal, com apuração posterior dos votos pelo sistema, devidamente acompanhado pelos Presidentes do júri.

8.1.2. Na **Etapa Classificatória**, o julgamento será realizado primeiramente de forma online e individual. Na etapa final, o julgamento se dará em grupo, de forma presencial ou online, para validação dos resultados pelos jurados das respectivas categorias a eles atribuídas, por meio de sistema especialmente desenvolvido para tal, devidamente acompanhado pelos Presidentes dos júris.

8.2. Antes de publicada, a lista final de premiados apurada na premiação Ranking Regionale Ranking Nacional deverá ser validada pelos Presidentes do Júri, comissão organizadora e auditor independente.

8.3. A divulgação da *shortlist* com os 5 (cinco) cases mais bem colocados na premiação Ranking Regional de cada categoria será feita no dia **29 de novembro de 2023** no hotsite do **AMPRO Globes Awards 2023** e demais canais de comunicação da AMPRO e do AMPRO Globes Awards.

8.4. Os julgamentos serão acompanhados por um auditor independente que será o responsável pelas planilhas de julgamento, bem como pela guarda dos resultados até a divulgação oficial.

8.5. Em caso de empate na premiação, caberá a decisão aos Presidentes do Júri de suas categorias.

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

9. PRÊMIOS

9.1. Os 05 (cinco) *cases* que obtiverem as melhores notas em cada categoria e em cada Região, irão compor a *shortlist* e serão considerados finalistas de sua categoria, podendo vir a receber, a critério do júri, os prêmios “**AMPRO Globes Awards 2023 - Regional**”, que serão categorizados em “OURO”, “PRATA” e “BRONZE”.

9.1.1. Os vencedores do **AMPRO Globes Awards 2023 – Ranking Regional**, serão divulgados na cerimônia de premiação, que será realizada **no dia 11 de dezembro de 2023 no Blue Note São Paulo**, bem como nos canais da AMPRO e do **AMPRO Globes Awards 2023**.

9.2. Os cases vencedores do Ranking Nacional concorrerão ao “**AMPRO Globes Awards 2023 – Nacional**”, que serão categorizados em “OURO”, “PRATA” e “BRONZE” e serão distribuídos a critério do júri, **considerando que serão premiados até 3 cases por categoria**.

9.2.1. Os vencedores do **AMPRO Globes Awards 2023 – Ranking Nacional**, serão divulgados na cerimônia de premiação, que será realizada **no dia 11 de dezembro de 2023 no Blue Note São Paulo**, bem como nos canais da AMPRO e do **AMPRO Globes Awards 2023**.

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

9.4. PREMIAÇÃO NACIONAL. Os pontos serão conferidos seguindo a norma a seguir:

OURO	04 Pontos
PRATA	02 Pontos
BRONZE	01 Ponto

9.4.1. Em caso de empate na pontuação entre duas ou mais agências para o prêmio de “Melhor Agência de Live Marketing do Ano – Premiação Nacional”, será premiada a agência que possuir mais prêmios OURO. Persistindo o empate, será premiada a agência que possuir mais prêmios PRATA. Caso ainda assim persista o empate, será premiada a agência que possuir mais prêmios BRONZE. Não sendo possível o desempate utilizando-se desses critérios, caberá ao Júri, presidido pelos Presidentes de Júri, por maioria simples dos jurados, decidir pela agência vencedora.

9.4.2. Os ganhadores de prêmio OURO, PRATA e BRONZE da premiação dos Rankings Regional e Nacional, conforme critério de avaliação descrito na seção **7 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO**, deste Regulamento, serão revelados somente na cerimônia de premiação, conforme abaixo.

9.4.3. A entrega dos prêmios para os vencedores dos Rankings Regional e Nacional ocorrerão numa cerimônia de premiação, que será realizada **no dia 11 de dezembro de 2023 no Blue Note São Paulo**, aos vencedores dos prêmios OURO, PRATA e BRONZE Regional e Nacional, em cada categoria, além do Grand Prix, Grand Prix ESG AMPRO Globes Awards 2023, Melhor Agência do Ano – Premiação Nacional. Os detalhes do evento, bem como da aquisição de convites, serão divulgados oportunamente no site do **AMPRO Globes Awards** e nos canais já mencionados neste Regulamento.

9.5. Para o prêmio Grand Prix, o júri, composto pelos jurados e pelos presidentes do júri, decidirão, de acordo com o critério CRIATIVIDADE qual foi aquele que mais se destacou das demais, dentre aqueles cases contemplados com OURO no Ranking Nacional. A ação vencedora receberá o **Prêmio AMPRO Globes Awards 2023 - GRAND PRIX**.

9.5.1. Para o prêmio GRAND PRIX ESG AMPRO Globes Awards 2023, o Júri, composto pelos jurados e pelos presidentes do júri, decidirão, de acordo com o critério ESG descrito nesse regulamento, qual foi aquele que mais se destacou dos demais, dentre aqueles cases contemplados no Ranking Nacional. A ação vencedora receberá o **Prêmio AMPRO Globes Awards 2023 - GRAND PRIX ESG AMPRO 2023**.

9.6. A Agência vencedora do Prêmio “Melhor Agência do Ano 2023” será responsável pelo desenvolvimento de campanha de divulgação, composta por conceito, identidade visual, plano de divulgação e plano do evento de premiação da próxima edição do Prêmio AMPRO Globes Awards, conforme briefing designado pelo corpo diretivo da AMPRO. O trabalho de concepção, criação e planejamento deverá ser *pro bono*, sem qualquer remuneração para a agência.

10. ETAPA INTERNACIONAL – MAA Worldwide GLOBES 2023

10.1. Por decisão exclusiva, integral e sobreana do conselho da MAA Worldwide, o Programa de Reconhecimento do Globes (etapa internacional do AMPRO Globes Awards) foi encerrado e, portanto, não haverá uma etapa internacional para a qual as agências que se classificassem na *shortlist* do AMPRO Globes Awards se inscrever. Por essa razão que, reforçamos, é completamente alheia à decisão, controle e responsabilidade da AMPRO, não haverá a etapa/premiação internacional.

11. CONSIDERAÇÕES GERAIS

11.1. Para informações adicionais ou esclarecimentos, procurar a AMPRO pelo telefone e WhatsApp: 11 95072-3029/ 94181-1028 ou pelo e-mail comunicacao@amproglobesawards.com.br, de 2ª a 6ª feira, das 9h às 18h.

11.2. Os critérios de avaliação e definição das categorias seguem o modelo do estatuto definido pela MAAW. Questões de qualquer natureza, relativas ao prêmio, serão resolvidas prioritariamente, pela comissão organizadora do **AMPRO Globes Awards 2023**, com base na orientação daMAAW.

11.3. As agências participantes do **AMPRO Globes Awards 2023**, concederão à MAAW e à AMPRO o direito de publicar e divulgar, por meio do aceite ao presente regulamento, os cases inscritos e seu respectivo conteúdo e nome da agência e cliente. Em ambos os casos, sem qualquer pagamento aos anunciantes ou à agência e sem necessidade de uma autorização exclusiva e/ou específica.

11.3.1. As agências participantes declaram e garantem, neste ato, que possuem a devida autorização de seus clientes para realizar a inscrição do *case* no **AMPRO Globes Awards 2023**.

11.3.2. As agências participantes declaram e garantem, ainda, que o *case* inscrito foi criado, implementado por tal agência, não conflitando com qualquer outro trabalho, *case* e/ou ação anterior, ainda que desenvolvidos por outras agências ao cliente.

o realizar a inscrição do(s) case(s) no **AMPRO Globes Awards 2023**, a agência participante declara e garante, também, que ela e seu cliente estão cientes de que as informações, imagens e vídeos(em conjunto “Material”) depositados no ato da inscrição pela agência responsável, a exemploda ficha técnica, prancha e *vídeo case*, poderão ser utilizados, publicados e/ou veiculados, pelaAMPRO, para os fins (i) de divulgação do AMPRO Globes Awards; e (ii) divulgação da premiaçãoe de seu resultado posterior, sem que isso configure ou seja interpretado como inobservância, desrespeito, violação ou descumprimento de qualquer obrigação de sigilo/confidencialidade por parte da AMPRO, decorrentes da utilização e divulgação do material, ou mesmo de sua repercussão em qualquer mídia.

11.3.3. A utilização e/ou divulgação do material pela AMPRO poderá ser realizada, desdeque no contexto do **AMPRO Globes Awards 2023**, em qualquer território, nacional e/ou internacional, em qualquer mídia – a ser definida conforme as estratégias de divulgação daAMPRO, incluindo, mas não se limitando, ao site da AMPRO e do **AMPRO Globes Awards 2023**, bem como mídias sociais da AMPRO (Youtube, Facebook, LinkedIn e Instagram).

11.3.4. Se houver utilização dos materiais em ambiente de internet (tais como, por exemplo, site da AMPRO e/ou do **AMPRO Globes Awards 2023**), a agência reconhece que estes poderão ser visualizados, capturados ou mesmo alterados, de qualquer forma e para quaisquer finalidades, por terceiros, sem qualquer ingerência e/ou responsabilidade da AMPRO. Por essa razão, a AMPRO não poderá ser responsabilizada por tais utilizações ocorridas sem a sua atuação

diretae dolosa, durante o período de realização do **AMPRO Globes Awards 2023** ou após o seu término.

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

11.5. As datas mencionadas no presente Regulamento estão sujeitas a alterações, independentemente de aviso prévio e a critério exclusivo da AMPRO, e serão devidamente informadas nos canais de comunicação da AMPRO e especialmente no hotsite do **AMPRO Globes Awards 2023** www.amproglobesawards.com.br.

11.6. As agências participantes expressamente declaram e garantem que os *cases* e/ou as suas inscrições não ferem qualquer direito pertencente a terceiros, em especial aqueles relativos a direitos autorais, marcas, patentes, sigilo, bem como atendem a todos os requisitos referente a toda a legislação e regulamentação aplicável, estando estas plenamente aptas e autorizadas, seja por serem de sua titularidade seja por possuírem licenças específicas para tal exploração, para inscreverem, em seu nome, os respectivos *cases* para participação do **AMPRO Globes Awards 2023**, respondendo perante à AMPRO e terceiros por quaisquer omissões, incorreções, inverdades e/ou violações deste item, bem como quaisquer reclamações envolvendo a propriedade intelectual do *case* inscrito, no todo ou em parte, inclusive pela reparação de todo e qualquer tipo de dano causado à AMPRO ou a terceiros em decorrência desse eventual uso indevido.

11.7. Se qualquer ação, reclamação, inquérito policial, investigação ou outro processo judicial ou administrativo (seja de natureza fiscal, civil, trabalhista ou qualquer outra) envolver a AMPRO, em

relação a qualquer fato ou ato relacionado ao case inscrito, a agência participante deverá tomar todas as medidas possíveis para excluir a AMPRO de tal ação, reclamação, inquérito, investigação ou processo.

11.7.1. Caso a AMPRO incorra em qualquer despesa, custo, responsabilidade, perda, ou dano com relação a referidas ações, reclamações, inquéritos, investigações ou processos, a agência participante deverá ressarcir e/ou reembolsar (mediante apresentação dos comprovantes de pagamento) o montante total pago ou devido pela AMPRO, inclusive os custos processuais e honorários advocatícios da AMPRO, independentemente de efetiva condenação.

11.8. A agência participante será responsabilizada por todos os danos causados à AMPRO ou a terceiros decorrentes de sua conduta durante a participação no **AMPRO Globes Awards 2023**.

11.9. Se por qualquer motivo, alheio à vontade e controle da AMPRO, não for possível conduzir o **AMPRO Globes Awards 2023** conforme o planejado, poderá a AMPRO finalizá-la antecipadamente, mediante aviso aos participantes. Caso o **AMPRO Globes Awards 2023** tenha seu término antecipado, a AMPRO avisará ao público e aos participantes sobre tal fato por meio dos mesmos meios utilizados para sua divulgação.

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

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

11.12. Este instrumento poderá ser alterado pela AMPRO sem aviso prévio, caso sejam necessárias complementações ou alterações à premiação, com as quais concordam desde já os Participantes. Eventuais alterações serão sempre informadas aos Participantes por meio de e-mail/ou do website do **AMPRO Globes Awards 2023**.

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

12. DO USO DE DADOS E PRIVACIDADE

12.1. As agências participantes (incluindo os respectivos clientes) e os jurados estão cientes que, ao participar do **AMPRO Globes Awards 2023**, os dados pessoais apresentados por ocasião da sua participação serão tratados pela AMPRO, incluindo o compartilhamento com os fornecedores necessários e parceiros envolvidos no desenvolvimento e execução do **AMPRO Globes Awards 2023**, para as finalidades de desenvolvimento, implementação do **AMPRO Globes Awards 2023**, entrega de premiação, divulgação dos resultados e quaisquer outras atividades necessárias para execução do **AMPRO Globes Awards 2023**.

12.2. As agências participantes e os jurados que não concordarem com o tratamento dos seus dados pessoais para as finalidades descritas neste Regulamento ou optarem por revogar a sua concordância, não deverão participar do **AMPRO Globes Awards 2023**.

12.3. A AMPRO esclarece que os dados obtidos em razão do **AMPRO Globes Awards 2023** serão utilizados apenas nos limites acima indicados e nos casos em que houver consentimento das agências participantes e dos jurados.

12.4. Adicionalmente, no momento do cadastro para participação, as agências participantes e os jurados que assim concordarem, poderão ainda receber informativos futuros sobre premiações, programas, campanhas, ações e promoções em geral ou ofertas de produtos ou serviços da AMPRO, inclusive para fins publicitários em geral, conforme previsto em sua Política de Privacidade. O *opt in* relativo à manifestação do interesse em receber referidas comunicações é facultativo e não impede a participação de interessados que eventualmente não desejem receber referidas comunicações. Ademais, as agências participantes e os jurados poderão, a qualquer tempo, exercer seus direitos legalmente previstos, em especial, a opção de revogar o seu consentimento (*opt out*), mediante a solicitação por e-mail para comunicacao@amproglobesawards.com.br.

Atualização realizada em 27/07/2023

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO GLOBES AWARDS 2023 (“Regulamento”):

Ficam alterados os itens do regulamento, que passará a dispor conforme abaixo:
1.5; 1.6; 2.4.2; 2.5.3

Atualização realizada em 04/08/2023

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO GLOBES AWARDS 2023 (“Regulamento”):

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

2.4 . As inscrições de *cases* no **AMPRO Globes Awards 2023** poderão ser realizadas a partir das **18h** do dia **20 de julho**, encerrando-se às **23h59** do dia **31 de agosto de 2023** (“Prazo das Inscrições”).

2.5. (iii) Vídeo case: arquivo de vídeo de, no máximo, 120 (cento e vinte) segundos de duração e ser feito o *upload* diretamente no sistema de inscrição no formato MP4 ou MOV até 100MB. Os vídeos com duração superior a 120 (cento e vinte) segundos serão desclassificados. O vídeo case é oportunidade de apresentar ao corpo de jurados como se deu a ação – dos desafios, solução, execução, resultados, a vibração e experiência do público, ação de forma impactante e eficaz, contendo uma versão resumida da campanha/case com seus melhores momentos. Você pode criar esse material audiovisual utilizando recursos como Power Point ou outros formatos animados, incorporando elementos do conceito criativo (KV) e um resumo detalhado do projeto. Você encontra referências de vídeos das edições anteriores (clique aqui e veja referências de vídeo cases das [edições anteriores - Ampro Globes Awards](#)).

6.1.1. Presidentes do Júri: São pessoas indicadas pelo Conselho da AMPRO e validadas pela Diretoria da AMPRO. Serão 2 (dois) Presidentes do Júri para as 4 (quatro) verticais de atuação, abrangendo 17 (dezesete) categorias sinalizadas no item 4.1 acima. Eles não têm direito a voto, sendo sua função principal dar direcionamento aos jurados envolvidos em suas categorias. Em caso de empate, caberá aos Presidentes do Júri a decisão final de desempate.

6.1.2. Se um dos Presidentes do Júri tiver envolvimento com algum(ns) do(s) case(s) finalista(s)/vencedor(es), GRAND PRIX, GRAND PRIX ESG, a decisão ficará a cargo do Presidente que não tiver envolvimento com o(s) mesmo(s).

6.1.3. Caso os 2 (dois) Presidentes do Júri tenham envolvimento com algum(ns) do(s) case(s) finalista(s)/vencedor(es), GRAND PRIX, GRAND PRIX ESG, a decisão ficará a cargo do corpo de jurados. Nesse caso, será aberta uma convocação extraordinária com os mesmos e a decisão será tomada com a presença da Presidente Executiva e auditor.

6.1.4. Em caso de falta de quórum do corpo de jurados, a decisão ficará a cargo da Presidente Executiva e auditor.

As cláusulas acima 6.1.2, 6.1.3 e 6.1.4, visam assegurar a integridade e a imparcialidade do processo de julgamento e premiação, evitando conflitos de interesse e garantindo a transparência nas decisões.

Atualização realizada em 14/08/2023

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO GLOBES AWARDS 2023 (“Regulamento”):

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

2.4. As inscrições de *cases* no **AMPRO Globes Awards 2023** poderão ser realizadas a partir das **18h** do dia **20 de julho**, encerrando-se às **23h59** do dia **11 de setembro de 2023** (“Prazo das Inscrições”).

Atualização realizada em 18/08/2023

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO GLOBES AWARDS 2023 (“Regulamento”):

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

Exclusão do subitem (iv) do item 2.6.2:

- (iv) Em caso de uso de vídeo case depoimento, recomenda-se utilizar ferramentas que não identifiquem a voz e imagem original de quem está narrando o case, sob pena de desclassificação, conforme itens 2.5 (iii) acima, e 2.5.3 acima.

Atualização realizada em 06/09/2023

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO GLOBES AWARDS 2023 (“Regulamento”):

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

- 2.4.** As inscrições de *cases* no **AMPRO Globes Awards 2023** poderão ser realizadas a partir das **18h** do dia **20 de julho**, encerrando-se às **23h59** do dia **18 de setembro de 2023** (“Prazo das Inscrições”).
- 3.1.5.** Os participantes classificados para a *shortlist* serão notificados por meio da plataforma de inscrição e por e-mail para recolhimento da taxa de inscrição complementar, que deverá ser paga por meio da plataforma de inscrição impreterivelmente no período de 29 de novembro e 4 de dezembro de 2023. Dessa forma, nenhum *case* classificado na *shortlist* será considerado efetivamente inscrito no **AMPRO Globes Awards 2023** enquanto não efetuado o pagamento da taxa de inscrição complementar.
- 5.4. Ranking Regional.** Os 05 (cinco) *cases* de cada categoria, selecionados em cada região, que obtiverem as melhores notas, comporão a *shortlist* que será divulgado no dia 29 de novembro de 2023, nos canais de comunicação.

8. JULGAMENTO, APURAÇÃO DE VOTOS E VALIDAÇÃO

8.1 O julgamento ocorrerá nas seguintes datas:

- (v) **AMPRO Globes Awards 2023 (Etapa Eliminatória) - entre 03 de outubro e 16 de outubro de 2023;**
- (vi) **AMPRO Globes Awards 2023 (Etapa Classificatória – online individual) - entre 23 de outubro e 06 de novembro de 2023;**
- (vii) **AMPRO Globes Awards 2023 (Etapa Classificatória – online em grupos) – dias 16, 17, 21 e 22 de novembro de 2023;**

- 8.3.** A divulgação da *shortlist* com os 5 (cinco) *cases* mais bem colocados na premiação Ranking Regional de cada categoria será feita no dia **29 de novembro de 2023** no *hotsite* do **AMPRO Globes Awards 2023** e demais canais de comunicação da AMPRO e do AMPRO Globes Awards.

Atualização realizada em 14/11/2023

Prezados inscritos e interessados. A AMPRO dá ciência das alterações dos seguintes pontos do REGULAMENTO AMPRO GLOBES AWARDS 2023 (“Regulamento”):

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

8.1.

- (ii) **AMPRO Globes Awards 2023 (Etapa Classificatória – online individual) - entre 23 de outubro e 08 de novembro de 2023;**

- 9.1.1. Os vencedores do **AMPRO Globes Awards 2023 – Ranking Regional**, serão divulgados na cerimônia de premiação, que será realizada **no dia 11 de dezembro de 2023 no Blue Note São Paulo**, bem como nos canais da AMPRO e do **AMPRO Globes Awards 2023**.
- 9.2.1. Os vencedores do **AMPRO Globes Awards 2023 – Ranking Nacional**, serão divulgados na cerimônia de premiação, que será realizada **no dia 11 de dezembro de 2023 no Blue Note São Paulo**, bem como nos canais da AMPRO e do **AMPRO Globes Awards 2023**.
- 9.4.3. A entrega dos prêmios para os vencedores dos Rankings Regional e Nacional ocorrerão numa cerimônia de premiação, que será realizada **no dia 11 de dezembro de 2023 no Blue Note São Paulo**, aos vencedores dos prêmios OURO, PRATA e BRONZE Regional e Nacional, em cada categoria, além do Grand Prix, Grand Prix ESG AMPRO Globes Awards 2023, Melhor Agência do Ano – Premiação Nacional. Os detalhes do evento, bem como da aquisição de convites, serão divulgados oportunamente no site do **AMPRO Globes Awards** e nos canais já mencionados neste Regulamento.
- 10.1. Por decisão exclusiva, integral e sobreana do conselho da MAA Worldwide, o Programa de Reconhecimento do Globes (etapa internacional do AMPRO Globes Awards) foi encerrado e, portanto, não haverá uma etapa internacional para a qual as agências que se classificassem na *shortlist* do AMPRO Globes Awards se inscrever. Por essa razão que, reforçamos, é completamente alheia à decisão, controle e responsabilidade da AMPRO, não haverá a etapa/premiação internacional.