

REGULAMENTO

Período de Inscrições: 17 de agosto a 31 de outubro de 2023

1. SOBRE A 21ª MOSTRA DE COMUNICAÇÃO DO AGRO ABMRA

- 1.1. A 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA tem por objetivo, contribuir para o constante aprimoramento das técnicas e gestão da comunicação do Agro, a partir do reconhecimento do trabalho das agências, empresas, associações e instituições.
- 1.2. O prêmio tem caráter nacional, é realizado em uma única versão e mantém múltiplos focos de premiação que contemplam peças, campanhas, programas e cases, desenvolvidos e divulgados no país, durante o período de 01 de agosto de 2022 ao dia 31 julho de 2023.
- 1.3. As peças, campanhas e cases inscritos na 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA deverão ter sido comprovadamente implementados e/ou veiculados, no período de 01 de agosto de 2022 a 31 de julho de 2023. Nos casos de peças e campanhas de publicidade, deverão ter sido veiculadas pelo menos uma vez em meios de comunicação (off-line ou online) que não sejam os canais de comunicação da própria agência, do próprio anunciante ou de distribuidores deste anunciante.

2. DAS RESPONSABILIDADES

- 2.1. **DA ABMRA** – Organizar, promover, divulgar e realizar a **21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA**. Além da ABMRA, poderão patrocinar e dar apoio à **21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA** outras entidades e empresas legalmente constituídas no país.
- 2.2. **DOS PARTICIPANTES CONCORRENTES** – Poderão inscrever, pagar suas inscrições e concorrer aos prêmios da **21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA**: indústrias e empresas, agências de comunicação, associações e entidades e demais pessoas jurídicas devidamente constituídas em território nacional. Todos os participantes concorrentes deverão seguir e cumprir rigorosamente este Regulamento.
Em caso de premiação, todas as informações da inscrição, da veiculação e da implementação poderão ser checadas e, se houver descumprimento de qualquer cláusula ou item deste Regulamento, a campanha, o case ou a peça poderão ser desclassificados e o prêmio retirado de quem o recebeu sem prejuízos à ABMRA, aos jurados e patrocinadores.

3. DAS CATEGORIAS DE PREMIAÇÃO

A 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA premiará as seguintes categorias:

- 3.1. Campanha Integrada (uso de pelo menos 3 meios com até 5 peças enviadas, no total)
- 3.2. Spot, jingle ou utilização diferenciada do meio rádio
- 3.3. Anúncio ou utilização diferenciada de meio impresso (jornal, revista)
- 3.4. Filme ou campanha para TV, cinema ou plataformas digitais
- 3.5. Campanhas e projetos OOH (Out Of Home) – Incluindo outdoor, DOOH (Digital Out Of Home), placa de estrada, relógio de rua, abrigo de ônibus, mobiliário urbano, etc)
- 3.6. Projetos digitais/mobile (apps, banners, data based solutions, peça ou utilização diferenciada de rich mídia, geolocalização, etc)
- 3.7. Projetos de conteúdo em qualquer plataforma de mídia (publieditoriais, advertoriais, podcasts, conteúdos próprios ou pagos, blogs de conteúdo, etc)
- 3.8. Campanha Promocional/Varejo/Material de PDV
- 3.9. Endomarketing (campanhas internas que não tem extensão ou atuação fora da empresa)

- 3.10. Programas e Campanhas de Incentivo (para equipe comercial, canais de venda e demais públicos)
- 3.11. Ações de “Dia de Campo” (Lançamento de produtos, treinamento, demonstração de produto, etc)
- 3.12. Ações em Feiras, Eventos e Congressos Presenciais (estandes, ativações, lançamento de produtos, presença diferenciada em feiras e congressos)
- 3.13. Ativações e presença em Eventos Virtuais (Metaverso, plataformas ou estandes em plataformas virtuais próprias ou em feiras virtuais, lançamento on-line de produtos, presença diferenciada em feiras e congressos virtuais)
- 3.14. Ações voltadas à Diversidade (Campanhas e ações de conscientização sobre a diversidade, equidade, respeito às diferenças, inclusão, etc)
- 3.15. Campanhas de valorização do Agro (Projetos e campanhas que posicionam corretamente o Agro para a sociedade urbana, conteúdos que combatem as *fake news* do Agro, projetos voltados às escolas, para professores e alunos, etc)

4. PRÊMIOS ESPECIAIS PARA ANUNCIANTES E AGÊNCIAS DO PERÍODO

4.1. ANUNCIANTE DO ANO

Será considerado o Anunciante do Ano aquele que alcançar a maior somatória de pontos considerando-se a TABELA DE PONTUAÇÃO PARA OS PRÊMIOS ESPECIAIS ANUNCIANTE E AGÊNCIA DO ANO (4.5).

4.2. AGÊNCIA DO ANO

Será considerada a Agência do Ano aquela que alcançar a maior somatória de pontos considerando-se a TABELA DE PONTUAÇÃO PARA OS PRÊMIOS ESPECIAIS ANUNCIANTE E AGÊNCIA DO ANO (4.5).

4.3. Caso se verifique igualdade na somatória de pontos entre dois ou mais concorrentes, o desempate será feito pelo seguinte critério:

- 4.3.1. Número de Prêmios OURO nas categorias Campanha Integrada;
- 4.3.2. Número de Prêmios OURO nas demais categorias;
- 4.3.3. Número de Prêmios PRATA nas categorias Campanha Integrada;
- 4.3.4. Número de Prêmios PRATA nas demais categorias;
- 4.3.5. Número de Prêmios BRONZE nas categorias Campanha Integrada;
- 4.3.6. Número de Prêmios BRONZE nas demais categorias.

4.4. Outros eventuais aspectos que fundamentem a escolha do vencedor dos Prêmios Especiais de Anunciante e Agência do Ano poderão ser analisados e decididos pelo Júri, que é soberano neste aspecto, podendo inclusive declarar empate técnico e premiar mais de um vencedor em cada categoria.

4.5. TABELA DE PONTUAÇÃO PARA OS PRÊMIOS ESPECIAIS ANUNCIANTE E AGÊNCIA DO ANO:

CATEGORIA	OURO	PRATA	BRONZE
Campanha Integrada	7	4	2
Rádio	6	3	1
Meio Impresso	6	3	1
Filme ou Campanha para TV	6	3	1
OOH - Out Of Home	6	3	1
Projetos Digitais	6	3	3

Projetos de Conteúdo	6	3	1
PDV	6	3	1
Endomarketing	6	3	1
Programas de Incentivo	6	3	1
Ações de “Dia de Campo”	6	3	1
Ações em Eventos e Feiras presenciais	6	3	1
Ativações Eventos Virtuais	6	3	1
Ações voltadas à Diversidade	6	3	1
Campanhas de valorização do Agro	6	3	1

5. DOS PRÊMIOS

- 5.1. Para cada categoria que compõe a 21^a Mostra de Comunicação do Agro ABMRA, serão concedidos três prêmios: OURO, PRATA E BRONZE, exceto aos prêmios especiais.
- 5.2. As empresas e agências vencedoras do prêmio OURO receberão um Troféu cada uma.
- 5.3. As empresas e agências vencedoras dos prêmios PRATA E BRONZE receberão uma placa com a identificação da premiação.
- 5.4. Além da premiação para as categorias que compõem a 21^a Mostra de Comunicação do Agro ABMRA, também serão concedidos troféus para os vencedores dos Prêmios Especiais Para Anunciante e Agência do Ano.

6. SOBERANIA DO JÚRI

- 6.1. O Júri é soberano para julgar, deferir ou indeferir prêmios, suspender prêmios e premiados e orientar tudo aquilo que não estiver neste regulamento.

7. SOBRE O JÚRI

- 7.1. 1.1. O Júri será constituído por representantes de diversas instituições e entidades, profissionais ligados ao marketing e à comunicação, da academia e profissionais atuantes no Agro e profissionais de outros setores.

8. O JULGAMENTO

- 8.1. As atividades do Júri serão realizadas entre os meses de outubro e novembro de 2023.
- 8.2. É vedada a participação de procuradores dos membros do Júri.
- 8.3. Cada integrante do Júri terá direito a voto simples durante as sessões do julgamento on-line, cabendo à Organização da 21^a Mostra de Comunicação do Agro ABMRA o desempate.
- 8.4. As sessões do Júri acontecerão on-line, por meio de plataforma, serão privadas e suas deliberações soberanas, não cabendo recursos de qualquer espécie com relação aos resultados da 21^a Mostra de Comunicação do Agro ABMRA.
- 8.5. Por meio de votação, o Júri elegerá os 03 (três) finalistas para cada categoria: OURO, PRATA E BRONZE. O vencedor de cada categoria, classificado como OURO, receberá o Troféu ABMRA (Espantalho de Ouro). Os classificados como PRATA e BRONZE de cada categoria receberão uma placa de reconhecimento.
- 8.6. O nome dos premiados serão divulgados apenas na cerimônia de entrega do prêmio, a ser realizada no dia 29 de novembro de 2023, às 19h, em evento virtual, com transmissão direta pelo canal do YouTube da ABMRA e de veículos mídias parceiros do projeto.

9. DAS INSCRIÇÕES

- 9.1. Toda e qualquer inscrição somente poderá ser realizada pela plataforma/site da 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA, no endereço eletrônico: www.mostra.abmra.com.br.
- 9.2. As inscrições poderão ser feitas por pessoa física ou jurídica ligada às campanhas, peças ou cases que estiverem sendo inscritos.
- 9.3. As campanhas, peças ou cases devem ter sido implantados e veiculados no período compreendido entre 01 de agosto de 2022 a 31 de julho de 2023.
- 9.4. As inscrições deverão ser realizadas exclusivamente pela plataforma/site da 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA, a partir do dia 17 de agosto de 2023.
- 9.5. Não haverá inscrições para os Prêmios Especiais Para Anunciante e Agência do Ano.

10. DOS VALORES DAS TAXAS DE INSCRIÇÃO DAS CAMPANHAS E PEÇAS

- 10.1. As taxas de inscrição serão as seguintes:

VALOR / LOTES	ASSOCIADO ABMRA	NÃO ASSOCIADO ABMRA
Lote 1 – Até 15.09.23	R\$ 700,00	R\$ 1.000,00
Lote 2 – Até 30.09.23	R\$ 900,00	R\$ 1.200,00
Lote 3 – Até 31.10.23	R\$ 1.200,00	R\$ 1.500,00

- 10.2. O pagamento deve ser efetuado no momento das inscrições on-line, após o upload das peças, pelo sistema de pagamento seguro da ABMRA.
- 10.3. Dúvidas poderão ser esclarecidas com a secretaria da ABMRA, pelos fones (11) 3812-7814 e pelo WhatsApp (11) 97751-8297, durante o horário comercial: de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 17h30.

11. IMPEDIMENTO DE PARTICIPAÇÃO COMO CONCORRENTE NA 21ª MOSTRA DE COMUNICAÇÃO DO AGRO ABMRA

- 11.1. Estão impedidos de participar como concorrentes na 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA:
 - 11.1.1.1. Empresas e agências que tenham sócios-proprietários ou parceiros comerciais que façam parte do grupo de jurados;
 - 11.1.1.2. Fornecedores e agências que trabalhem prestando serviços para a realização e divulgação da 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA.

12. DIVULGAÇÃO E ENTREGA DOS PRÊMIOS

- 12.1. A premiação será realizada no dia 29 de novembro de 2023, em evento virtual, com transmissão direta pelo canal do YouTube da ABMRA e de veículos mídias parceiros do projeto.

13. OUTRAS DISPOSIÇÕES

- 13.1. O presente regulamento terá ampla divulgação pública e estará disponível para ser lido ou baixado como arquivo no site da 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA.
- 13.2. Os responsáveis pela inscrição, representando suas empresas e agências, ao inscreverem os materiais para concorrerem, declaram que detêm os direitos autorais e criativos de todos os materiais.
- 13.3. Ao inscreverem campanhas, peças e cases na 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA, os responsáveis pela inscrição, representando suas empresas e agências, autorizam expressamente de forma definitiva, em caráter irrevogável e irreatável, a ABMRA a divulgar sem qualquer ônus para a Associação todos os materiais e peças, vencedores ou não, em suas redes sociais, no site do projeto e no site da Associação.
- 13.4. Os casos omissos serão resolvidos pela organização da 21ª Mostra de Comunicação do Agro ABMRA.

14. FICHA DE INSCRIÇÃO

- 14.1. Cada inscrição deverá estar acompanhada por sua Ficha Técnica e por uma breve descrição da ação de comunicação, informando no próprio formulário de inscrição on-line os seguintes aspectos:
- 14.2. **DADOS DA CAMPANHA** (campos obrigatórios)
- DESAFIO (a situação, o status, qual é a dificuldade, qual é o problema)
 - ESTRATÉGIA (qual foi o caminho/insight adotado pela agência/anunciante para resolver esse problema)
 - RESULTADO (o que aconteceu após a adoção da estratégia)
- 14.3. **FICHA TÉCNICA:**
- 14.3.1. Campos obrigatórios:
- CLIENTE
 - AGÊNCIA
 - TÍTULO
- 14.3.2. Campos opcionais:
- PRODUTO
 - DIREÇÃO DE CRIAÇÃO
 - REDATOR
 - DIRETOR DE ARTE
 - WEB DESIGNER
 - RTVC
 - ATENDIMENTO
 - MÍDIA
 - PLANEJAMENTO
 - FOTÓGRAFO
 - PRODUTORA DE VÍDEO
 - PRODUTORA DE ÁUDIO
 - PRODUTORA DIGITAL
 - APROVAÇÃO PELO CLIENTE
 - OUTROS PARTICIPANTES DO PROJETO
- 14.4. Na hipótese de um mesmo material ser inscrito em duas ou mais categorias, as descrições acima deverão constar em cada uma das inscrições.

15. FORMATOS ACEITOS NA INSCRIÇÃO ON-LINE

- 15.1. **Campanha Integrada** (mínimo 3 peças, diferentes mídias): peças gráficas enviar em formato .jpg, .pdf ou .png. Peças eletrônicas enviar em .mp4 para vídeo e .mp3 para áudios ou enviar apenas o link da peça publicada no Vimeo e YouTube. OBS: Para esta Categoria, o inscrito deverá enviar apenas, no máximo, um total de até 5 peças, considerando qualquer formato.
- 15.2. **Spot, jingle ou utilização diferenciada de rádio:** enviar a peça em .mp3 ou enviar apenas o link da peça publicada no SoundCloud. OBS: Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.3. **Anúncio ou utilização diferenciada de Meio Impresso:** enviar a peça em formato .jpg, .pdf ou .png. OBS: Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.4. **Filme ou campanha para TV, Cinema ou plataformas digitais:** enviar a peça em .mp4 ou, de preferência, enviar apenas o link da peça publicada no Vimeo e YouTube. OBS: Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.5. **Peça, campanha ou utilização diferenciada de OOH (Out of Home):** enviar a peça em .pdf, .jpg, .mp4 ou enviar apenas o link da peça/vídeo case publicado no Vimeo e YouTube. OBS: Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.

- 15.6. **Projetos digitais/mobile:** enviar o link do projeto, que deverá estar publicado na web, ou vídeo case em .mp4, ou publicado no Vimeo ou YouTube. OBS: Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.7. **Projetos de conteúdo em qualquer plataforma de mídia:** enviar o projeto em .pdf ou .jpg ou enviar o link do projeto, que deverá estar publicado na web. OBS: Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.8. **Campanha Promocional/Varejo/PDV:** peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf. Peças eletrônicas enviar em .mp4 para vídeo e .mp3 para áudios ou enviar apenas o link da campanha ou vídeo case publicado no Vimeo e YouTube. Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.9. **Endomarketing:** peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf. Peças eletrônicas enviar em .mp4 para vídeo e .mp3 para áudios ou enviar apenas o link da campanha ou vídeo case publicado no Vimeo e YouTube. Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.10. **Programas de Incentivo:** peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf. Peças eletrônicas enviar em .mp4 para vídeo e .mp3 para áudios ou enviar apenas o link da campanha ou vídeo case publicado no Vimeo e YouTube. Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.11. **Ações de Campo:** peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf. Peças eletrônicas enviar em .mp4 para vídeo e .mp3 para áudios ou enviar apenas o link da campanha ou vídeo case publicado no Vimeo e YouTube. Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.12. **Eventos Presenciais:** peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf. Peças eletrônicas enviar em .mp4 para vídeo e .mp3 para áudios ou enviar apenas o link da campanha ou vídeo case publicado no Vimeo e YouTube. Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.13. **Eventos Virtuais:** peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf. Enviar o link do projeto, caso ainda esteja publicado na web. Peças eletrônicas enviar em .mp4 para vídeo e .mp3 para áudios ou enviar apenas o link da campanha ou vídeo case publicado no Vimeo e YouTube. Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.14. **Ações voltadas à Diversidade:** peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf. Peças eletrônicas enviar em .mp4 para vídeo e .mp3 para áudios ou enviar apenas o link da campanha ou vídeo case publicado no Vimeo e YouTube. Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.
- 15.15. **Campanhas de valorização do Agro:** peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf. Peças eletrônicas enviar em .mp4 para vídeo e .mp3 para áudios ou enviar apenas o link da campanha ou vídeo case publicado no Vimeo e YouTube. Enviar apenas, no máximo, um total de até 3 peças, considerando qualquer formato.

ATENÇÃO:

- 15.16. Não serão aceitos envios de vídeos em .mp4 maiores de 200 MB. Caso o vídeo exceda este tamanho, recomendamos publicá-lo no YouTube ou Vimeo e enviar apenas seu link.
- 15.17. Os arquivos de vídeo que estão no YouTube ou no Vimeo têm melhor performance na exibição, melhorando o entendimento do Júri e aumentando suas chances de vitória.
- 15.18. Para que o case seja melhor entendido pelos jurados e tenha maiores chances na Mostra, é altamente recomendável - mas não obrigatório - que a inscrição seja representada por um vídeo case, em mp4, ou publicado num link do YouTube, com duração aproximada de 120 segundos (2 min), para todas as categorias da premiação.
- 15.19. O vídeo case tem como objetivo, transmitir de forma concisa os principais pontos: qual foi o desafio, as estratégias, as ações e os resultados.

REFERÊNCIAS E EXEMPLOS DE VÍDEO CASES, PREMIADOS COM OURO NA 20ª MOSTRA ABMRA

Case “Linha Performa”, da Mosaic, agência Innova AATB:

<https://www.youtube.com/watch?v=6xELEd1sfFk>

Case “Guardiões da Produtividade”, da UPL, agência Neodigital:

<https://www.youtube.com/watch?v=-bSmlid-CQsc>

Case “Feira Virtual Gameficada”, da Syngenta, produtora Pixit:

<https://www.youtube.com/watch?v=MJoRJyIMRRq>

Case “React – Engenheiro Agrônomo”, da Ihara, produtora Impulsa:

<https://www.youtube.com/watch?v=O9WjBJIGb3I>

A outra forma de apresentar a campanha/case é por meio de um único board explicativo, que resume o trabalho e facilita seu entendimento pelos jurados.

Nesse caso, recomenda-se formatar o arquivo em JPG, 300DPis (mínimo de 200 DPis), RGB.

Peças no formato horizontal: 2560x1440 pixels.

Peças no formato vertical: limite de 1440 pixels.

Exemplo: Case “MPasto”, da Mosaic, agência Innova AATB

A INNOVA AATB E A MOSAIC FERTILIZANTES APRESENTAM O FILME MAIS PESADO DA HISTÓRIA DO AGRO.

DESAFIO
Traduzir para a TV a ideia visual da campanha da Linha MPasto, da Mosaic Fertilizantes, em que o peso do gado desequilibra a imagem de uma fazenda em plano aberto.

OBJETIVO
Comunicar que a nutrição da pastagem com MPasto gera ganho de peso e rentabilidade para o gado, tangibilizando o tema “Rebanho mais pesado. Rentabilidade mais alta.”

SOLUÇÃO
Criamos uma narrativa na qual dois produtores conversam em um escritório na fazenda, quando tem início uma espécie de “terremoto”, que parece ser um estouro do gado. Esses tremores desequilibram o eixo central da tela e todos os seus elementos e personagens — situação criada por uma mecânica especialmente produzida para essa filmagem. Dessa forma, concretizamos o elemento lúdico da campanha e introduzimos o conceito: o que desequilibrou a fazenda foi o peso do gado nutrido com MPasto.

MPasto

www.nutrimosaic.com.br/mpasto @nutri.mosaic #nutrimosaic