

PRÊMIO  
**POP**AI  
BRASIL **2024**



REGULAMENTO

# SUMÁRIO

▶ Cronograma	04
▶ Quem pode Concorrer?	05
▶ Taxa de Inscrição	06
▶ Categorias	08
▶ Inscrição	22
▶ Justificativas na inscrição	26
▶ Reclassificação	31
▶ Processo de julgamento	32
▶ Quesitos de Avaliação	33
▶ Voto popular	42
▶ Personalidades do Ano	43
▶ Premiação	44
▶ Termos e condições do prêmio	46
▶ Glossário	49

PRÊMIO  
**POP**AI  
BRASIL 2024



O Prêmio POPAI Brasil é a edição nacional da única premiação criada para reconhecer os mais originais e eficazes projetos de arquitetura comercial,

visual merchandising, comunicação visual, displays e materiais de comunicação no Ponto de Venda. Está em sua 24ª. edição no Brasil e é o maior e mais duradouro concurso do segmento em todo o mundo, contando com mais de 50 edições nos Estados Unidos da América.

Com objetivo de incentivar, recompensar e compartilhar as melhores práticas do setor. Mostrar inovação em design e fabricação. Facilitar a interação entre varejistas, agências, marcas e produtores/ fornecedores.

Os concorrentes competem pelos Índios de Ouro, Prata e Bronze de acordo com a inscrição do projeto ou peça.

Também serão premiados: Voto Popular, Display do Ano, Projeto especial do Ano, Store Design do Ano e Personalidades do Ano.

## Por que participar?

- Obter um reconhecimento único pelo seu projeto, numa plataforma nacional e potencialmente internacional;
- Associe-se aos principais valores do prêmio: criatividade, inovação e excelência;
- Desenvolvimento profissional e celebre as conquistas de sua equipe;
- Networking e aumente o perfil do seu negócio entre as principais marcas de varejo.
- Uso do Selo Prêmio POPAI Brasil
- Cerimônia de Premiação com maiores players do mercado.
- Os vencedores do ouro têm a oportunidade de disputar os Prêmios Globais no ano seguinte, com exposição a mercados internacionais e mídia
- Visibilidade com divulgação dos projetos;
- Cobertura abrangente da mídia.

# CRONOGRAMA

15/07/24 a 30/07/24	Período early bird
31/07/24 a 28/08/24	Início 1º lote e upload das Inscrições no sistema
29/08/24	Início 2º lote
27/09/24	Encerramento das Inscrições
de 02/10/24 a 11/10/24	Processo de Reclassificação
16/10/24 a 27/10/24	Julgamento
30/10/24 a 15/11/24	Período do Voto Popular
01/11/24	Contato com os finalistas
Previsão dia 12/11/24	Cerimônia de Premiação

## Condições para que a peça inscrita concorra:



- ▶ Preenchimento da Ficha de Inscrição online respeitando os campos onde há a exigência do texto em Português e Inglês. Caso algum campo não seja preenchido, a nota em tal quesito será automaticamente 01.
- ▶ Exigência de foto / vídeo no PDV ou foto da peça real, sem tratamento de imagem, se possível em mais de um ângulo.
- ▶ Pagamento da taxa de inscrição;
- ▶ Cumprimento das datas estabelecidas no cronograma.
- ▶ Envio em anexo à Ficha de Inscrição, a imagem da Nota Fiscal da peça inscrita.
- ▶ Registro de informações que não sejam conflitantes ou inverídicas.
- ▶ Não identificação da peça, vídeo ou placa com nome ou logo do fabricante, agência ou criador no envio das fotos e vídeos.

**UPLOAD DO PROJETO – 31/07/2024 a 27/09/2024**



## Quem pode concorrer?

- ✓ Associados ou Não Associados ao **POPAl Brasil**
- ✓ Fabricantes, varejistas, produtores de materiais de PDV, escritórios de Arquitetura e Agências de Publicidade, Promoção Trade Marketing, Merchandising e Visual Merchandising.

## O que pode ser inscrito?

- ✓ Peça/ campanha / projeto que tenha sido criado, produzido e executado no PDV do Brasil.
- ✓ **OBRIGATÓRIO que as peças/projetos inscritos deverão ter sido criadas, produzidas e executadas durante o período compreendido entre 01 de junho de 2023 à 20 de setembro de 2024.**
- ✓ Categoria Internacional: Peças que tenham sido produzidas por empresas brasileiras ou estrangeiras, desde que o faturamento seja de fora do Brasil ou produzidas por empresas estrangeiras com faturamento para empresas brasileira, seguem o mesmo período.

## Não poderá participar:

- ✗ As peças/ projetos não podem ter sido inscritas no Prêmio POPAl Brasil 2023.
- ✗ Não é permitida a inscrição de protótipo.
- ✗ Trabalho já inserido numa categoria, exceção das categorias que permitem.
- ✗ Conceitos ou peças criadas apenas com o objetivo de participar nos prêmios.
- ✗ A menção do nome ou logotipo do participante na imagem, vídeo ou entrada é proibida e será removida pelo POPAl antes de ser julgada. Sob pena de desclassificação.



Caso os fabricantes, varejistas, produtores de materiais, escritórios de Arquitetura e Agências de Publicidade, Promoção, Trade Marketing, Merchandising e Visual Merchandising desejem inscrever a mesma peça, a inscrição deverá ser conjunta e de comum acordo, feita com o mesmo título na mesma Categoria, Grupo e Subgrupo, devendo cada um, recolher as taxas individualmente.





# Taxa de inscrição por Projeto

<b>Valores Únicos para Todas as Categorias.</b>		
<b>Exceto Projeto Acadêmico e Startups.</b>		
	<b>Associado</b>	<b>Não Associado</b>
	<b>POPAI Brasil, Argentina e Chile</b>	
<b>Early bird</b>	R\$ 903,00	R\$ 2.115,00
<b>Inscrições 1º LOTE</b>	R\$ 1035,00	R\$ 2.252,00
<b>Deadline 2º LOTE</b>	R\$ 1.207,00	R\$ 3.003,00

<b>Projeto Acadêmico e Execução do Promotor</b>	
<b>(Valores para inscrição PF - diretamente pelo estudante e promotor)</b>	
<b>Ganhadores serão premiados com certificado</b>	
<b>Early bird</b>	R\$ 90,00
<b>Inscrições 1º LOTE</b>	R\$ 105,00
<b>Deadline 2º LOTE</b>	R\$ 115,00

<b>Categoria: Startups</b>	
<b>Early bird</b>	R\$ 630,00
<b>Inscrições 1º LOTE</b>	R\$ 682,00
<b>Deadline 2º LOTE</b>	R\$ 735,00

**UPLOAD DO PROJETO – 31/07/2024 a 29/09/2024**

**Caso tenha dúvidas sobre as categorias, consulte-nos ou verifique o glossário.**



# Taxa de inscrição por Projeto

Descontos Especiais	
Acima de 20 projetos inscritas	10%

A empresa poderá inscrever quantos projetos desejar, porém, cada projeto será considerada uma nova inscrição.

## Formas de pagamentos

É possível realizar o pagamento durante o processo de inscrição, utilizando cartão de crédito, pix ou boleto bancário através do sistema.

**Cartão de crédito será enviado separadamente um boleto com a taxa do cartão sobre o valor de 4.99%**

**Em caso de pagamento com cartão de crédito verificar as regras do mercado pago, pois pode não ser aceito.**

Boleto bancário vencimento para 5 dias.

Apenas após a confirmação do pagamento, as inscrições estarão disponíveis para julgamento.

## Da não devolução do(s) valor(es) da(s) inscrição(ões)

**Se o participante optar por cancelar sua inscrição antes do encerramento do período de inscrições, receberá um reembolso correspondente a 50% do valor pago. No entanto, se o cancelamento for solicitado após o término das inscrições, não haverá reembolso disponível. Nenhum valor de inscrição pago será devolvido em caso de desclassificação.**

# Categorias:

---

As Categorias serão subdivididas em seus Grupos e subgrupos mediante análise conjunta de fatores:

- ▶ **Tempo de permanência no Ponto de Venda;**
- ▶ **Substrato utilizado no M-PDV ou ferramentas utilizadas para a ação;**
- ▶ **Avaliação da durabilidade temática da campanha;**
- ▶ **Objetivo da peça;**

Os Subgrupos por tempo de permanência são:

## ***Temporário:***

- ▶ até 03 meses em uso na loja;
- ▶ campanha temática até 03 meses de duração;
- ▶ objetivo da peça e substrato utilizado coerente com a durabilidade da mesma.

## ***Semi Permanente ou Permanente:***

- ▶ mais de 03 meses em uso na loja;
- ▶ campanha temática / institucional com mais de 03 meses de duração;
- ▶ objetivo da peça e substrato utilizado coerente com a durabilidade da mesma.





## 1. Displays e Peças de Merchandising:

- ▶ Alimentos;
- ▶ Automotivos e Acessórios;
- ▶ Bebidas Alcoólicas & Tabaco;
- ▶ Bebidas não Alcoólicas;
- ▶ Calçados e Vestuário;
- ▶ Casa, Jardim e Material de construção;
- ▶ Cosméticos & Coloração para Cabelos;
- ▶ Medicamentos – OTC (ex. automedicação) e ATC (ex. produtos acesso restrito);
- ▶ Eletrodomésticos, Eletroeletrônicos, Informática e Telefonia;
- ▶ Entretenimento, Diversão, Brinquedos e Acessórios;
- ▶ Higiene Pessoal / Oral Care (ex. shampoo, sabonete desodorante, creme dental, etc.);
- ▶ Livros, papelaria e material de escritório;
- ▶ Lojas de Varejo;
- ▶ PET;
- ▶ Display Portal; (enquadramento obrigatório)
- ▶ Displays Pequena tiragem ( $\leq 20$  unidades enquadramento obrigatório pela tiragem);
- ▶ Displays Alta tiragem\* ( $\geq 10.000$  unidades - enquadramento facultativo e pode ser escrita em mais de uma subcategoria)
- ▶ Display de Balcão:(enquadramento obrigatório)
  - Alimentos e Bebidas;
  - Farma e Beauty Care;
  - Papelaria;
  - Pet, Casa & Jardim;



Os grupos concorrem com subgrupo por tempo de permanência



## 2. Projetos Especiais de Displays e Peças de Merchandising:

- ▶ Ilhas Promocionais Pequena Tiragem - Temporário ( $\leq 20$  unidades | classificação obrigatória pela tiragem - independentemente do tamanho da peça);
- ▶ Ilhas Promocionais Pequena SemiPermanente ou Permanente ( $\leq 20$  unidades | classificação obrigatória pela tiragem - independentemente do tamanho da peça);
  - Bebidas Alcoólicas e não Alcoólicas
  - Alimentar
  - Canal especializado (Farma, Beauty Care, pet, papelaria, acessórios, etc)
- ▶ Ilhas Promocionais P (até 1 PBR); ( $\geq 21$  unidades enquadramento obrigatório)
- ▶ Ilhas Promocionais M (maior 1 PBR e  $\leq 2$  PBR); ( $\geq 21$  unidades enquadramento obrigatório)
- ▶ Ilhas Promocionais G (maior 2 PBR); ( $\geq 21$  unidades enquadramento obrigatório)
  
- ▶ Displays Interativos;
  
- ▶ Displays Tecnológicos;

Caso tenha dúvidas sobre as categorias, consulte-nos ou verifique se consta no glossário.



Os grupos concorrem *com* subgrupo por tempo de permanência



## 2. Projetos Especiais de Displays e Peças de Merchandising:

- ▶ Ponta de Gôndola - Temporário; (enquadramento obrigatório)
  - Farma e Beauty Care;
  - Alimentar;
  - Canal Especializado (pet, papelaria, acessórios, etc)
  
- ▶ Ponta de Gôndola - SemiPermanete e Permanente; (enquadramento obrigatório)
  - Farma e Beauty Care;
  - Bebidas Alcoólicas;
  - Bebidas Não Alcoólicas;
  - Alimentar;
  - Canal Especializado (pet, papelaria, acessórios, etc)
  
- ▶ Materiais Leves/ Sinalização (Glorifiers, placas, painéis, moldura de gondolas, stoppers, móveis e similares); (enquadramento obrigatório)



Os grupos concorrem *com* subgrupo por tempo de permanência



### 3. Ações de Trade Marketing:

- ▶ Gerenciamento de categorias (GC) (se enquadra conjunto de materiais e/ou decoração/organização de uma categoria (não marca) de gôndola no PDV);
- ▶ Sales Kit;
- ▶ Kit influenciador;
- ▶ Influenciadores Digitais (campanhas que usam um influenciador para impactar diretamente no PDV, através de materiais, participações in loco, entre outros);
- ▶ Campanha Promocional – Ação Promocional;
  - Alimentar
  - Não - alimentar
- ▶ Campanha de incentivo;
- ▶ Campanha de Trade com Ambientação de PDV (se enquadra uma campanha completa de trade marketing, com MPDVs, mecânicas de bonificação e/ou execução, incentivo à vendas, entre outros);
- ▶ Ativação de marca em eventos. (consulte o glossário)
- ▶ Retail Media: Industria, Agências, fornecedores.



Os grupos concorrem *sem* subgrupo por tempo de permanência



## 4. Projetos para Design e Arquitetura de Loja:

- ▶ Store Design: lojas até 120m<sup>2</sup>;
- ▶ Store Design: lojas entre 121 e 500m<sup>2</sup>;
- ▶ Store Design: lojas maiores de 500m<sup>2</sup>;
- ▶ Store in Store: corners, ambientação de marca; outros tipos de personalização setorial significativa de uma marca dentro de uma loja;
- ▶ Comunicação Visual de loja - Permanente no PDV
  - Sinalização e Setorização de loja;
  - Ambientação (painéis e espaços para storytelling / timeline; Patterns e demais elementos gráficos).
- ▶ Visual Merchandising;
  - Interior de loja;
  - Vitrinismo e Fachadas (externa).
- ▶ Quiosques e Lojas Móveis;
- ▶ Rollouts – lojas com adaptação de conceitos.



Os grupos concorrem *sem* subgrupo por tempo de permanência



## 5. Ecoeficiência

- ▶ Display, peças de merchandising e mobiliário;
- ▶ Campanhas e ações promocionais;
- ▶ Store Design;



Será avaliada a racionalização de uso de recursos valiosos como energia, materiais, água, reciclagem entre outros. Nesta categoria poderão ser incluídos projetos tanto que se utilizaram de ecoeficiência em sua concepção como também projetos que tenham um propósito ecoeficiente. Importante ter informações sobre a redução de impacto ambiental na logística, embalagem de envio, no processo de produção, na escolha dos materiais. Os grupos concorrem sem subgrupo de Tempo de Permanência.





## 6. Projeto Acadêmico

- ▶ Display, peças de merchandising e mobiliário;
- ▶ Visual merchandising;
- ▶ Design Gráfico;



Destina-se exclusivamente a estudantes ativos no Brasil. Reconhecerá no meio educacional a busca pela originalidade de raciocínio no design que tragam benefícios para o marketing de varejo no Brasil.



## 7. Internacional:

- ▶ Display e Peças de Merchandising; (Concorrem com subgrupo)
- ▶ Campanha Promocional - Ação Promocional; (concorrem sem subgrupo)
- ▶ Store Design; (concorrem sem subgrupo)

Poderão ser inscritas peças e/ou ações promocionais e/ou store design que tenham sido produzidas por empresas brasileiras ou estrangeiras, desde que o faturamento seja de fora do Brasil.

Também podem ser inscritas peças e/ou ações promocionais e/ou store design produzidas por empresas estrangeiras com faturamento para empresas brasileiras.



## 8. Execução de loja:

- ▶ Execução do Promotor: Canal Farma
- ▶ Execução do Promotor: Canal Alimentar
- ▶ Execução do Promotor: Outros canais/lojas de varejo
- ▶ Inovação & Inteligência em modelo de atendimento

**Execução do Promotor:** Reconhecerá as melhores execuções de merchandising realizadas pelo promotor. Aqui é avaliada a famosa criatividade do promotor. Incentive seu time com esse reconhecimento. O grupo concorre sem tempo de permanência. Todas as exposições devem estar enquadradas nas seguintes métricas, podendo ou não utilizar de MPDV para apoio da sua exposição: **NÃO PODENDO SUPERAR 30% DE MPDV, E SERA SUBMETIDO A ANALISE DO COMITE.**

Trabalhos que tragam algum impacto negativo na sua execução (frases discriminatórias, materiais perigosos ou que violem o Guideline das marcas/indústrias serão desclassificadas).

**Inovação & Inteligência em modelo de atendimento:** Reconhecerá os melhores projetos de ampliação de atendimento com modelo diferente do tradicional, usando metodologias inovadoras e tecnologia. Aqui será avaliada a eficiência do modelo apresentado nos aspectos: aumento da cobertura dos PDVs, especialmente em regiões com maior dificuldade de abrangência geográfica, acompanhamento, geração de relacionamento e resultado atingido com menor custo.

Quem pode participar: agências de Field Marketing, Trade Marketing, Merchandising, de RH e outras.



## 9. Economia Digital:

- ▶ Omnichannel: A Integração dos canais Online e Offline no cenário do novo varejo;
- ▶ Customer Experience: O cliente no centro da equação data driven da marca;
- ▶ Digital Commerce: Criação e estruturação da camada comercial digital do negócio;
- ▶ Projetos de Fidelidade e Relacionamento;
- ▶ Digital Signane e Digital Out of home.

A Economia Digital se caracteriza por incorporar a internet, as tecnologias e os dispositivos digitais nos processos de produção, na comercialização e na distribuição de bens e serviços.



## 10. Projetos Varejistas:

- ▶ Campanha Promocional: temática Institucional.
- ▶ Campanha Promocional: Temática sazonal do varejo.
- ▶ Mobiliário: não promocional.
- ▶ Retail Media: Varejo

Nova categoria exclusiva para todos os varejistas que desenvolveram ações de sua empresa em campanha institucional ou sazonal e mobiliário não promocional. Aqui é avaliada toda estratégia, alcance e criatividade únicas da marca com seu público alvo.



## 11. Startups :

- ▶ Soluções Integradas ao ecossistema do Varejo.



Podem participar startups que já tenham um produto implantado para o varejo tais como: inovação e tecnologia, merchandising planning, gestão de fluxo de loja, processos, ERP, mão-de-obra, educação, logística, comunicação e mídia, CRM, gestão de marketing, custo, mobile, ferramentas para PDV, entre outros.



## 12. ESG - Environmental, Social and Governance

### ▶ Projetos de Inclusão, Acessibilidade, Sustentabilidade e Impacto Social

Esta categoria reconhece e premia projetos de varejo que promovem os princípios de ESG (Environmental, Social, and Governance) e estão alinhados com um ou mais dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Os participantes devem demonstrar como suas iniciativas impactam positivamente a inclusão, acessibilidade, sustentabilidade e responsabilidade social, contribuindo para os ODS.

Podem se inscrever, Marcas, indústrias, Varejos, Agências e Fornecedores.



## Inscrição:

---

Acessar o site: [premio.popaibrasil.com.br](http://premio.popaibrasil.com.br)

- Realizar o cadastro;
- Escolher a categoria e selecionar a quantidade;
- Realizar a compra do crédito;
- Pagamento(s) da(s) taxa(s) de inscrição.
- Preenchimento do Formulário de Inscrição do(s) projeto(s).

Ao preencher na ficha de inscrição: Título da peça, cliente (marca) e Empresa Participante ao prêmio, revisar se estão corretos: nome, acentuação etc, pois, caso o projeto seja premiada serão estas informações constantes na placa do troféu.

Complete todas as perguntas de defesa com as informações relevantes e com no máximo 1200 caracteres.

A clareza das defesas, bem como a qualidade das imagens e vídeos é de inteira responsabilidade do concorrente. Lembrando que é obrigatória a defesa em inglês, caso isto não seja respeitado, a peça/projeto concorrente não será avaliada pelos jurados internacionais, podendo prejudicar o resultado final da peça.

O participante pode salvar as informações na sua Ficha de Inscrição, complementando-a em outro momento.

Para enviar/finalizar a inscrição é obrigatório que seja realizada a compra do crédito e efetuado o pagamento.



## Inscrição:

---

Projetos que possibilitam a inscrição em múltiplas categoria, o concorrente será obrigado a preencher uma ficha de inscrição para cada uma delas, observando ainda a necessidade de efetuar um pagamento para cada inscrição.

Caso ocorra inscrição de um projeto por duas ou mais empresas diferentes na mesma categoria, a inscrição será unificada, onde será avaliada pelo jurado apenas uma vez. Sendo ganhadora, ambas as empresas serão convidadas para a cerimônia. Cada empresa receberá o seu troféu e terá a oportunidade de subir ao palco para receber o reconhecimento. Nas divulgações serão mencionadas todas.



**Imagens, Vídeos, Nota Fiscal de comprovação da fabricação /comercialização /instalação da peça ou projeto deverão ser anexados nos locais específicos da Ficha de Inscrição, sendo:**

▶ **Formato:**

- **Imagens:** Tamanho máximo de **2MB** em formato .JPG, .PNG, .GIF ou .PDF
  - **Nota Fiscal:** Tamanho máximo de 2MB em formato .JPG, .PNG, .GIF ou .PDF. A nota fiscal deverá ter sido faturada dentro do período compreendido entre 1o. de junho de 2022 à 30 de setembro de 2023. (Categoria Startups será aceito cartão CNPJ ao invés de nota fiscal). A NF é um documento para uso interno e sigiloso do comitê da premiação e respeitando a LGPD não fazemos qualquer tipo de divulgação. Podendo remover valores, mantendo a integridade da NF. (qualquer dúvida por favor não deixe de nos consultar)
  - **Projetos de arquitetura e design de loja** a nota fiscal poderá ser substituída pela ART.
  - **Obrigatório pelo menos 1(uma) foto no PDV.**
  - **Vídeo:** Tamanho máximo de 100MB e formato .MP4 ou .AVI.
- ▶ 1 Foto com fundo neutro. (para inclusão na cerimônia e anuário caso a peça seja vencedora).
- ▶ Peças que não possuam movimento: mínimo 2 (duas) imagens coloridas, máximo 10 (dez).



## Imagens, Vídeos, Nota Fiscal de comprovação da fabricação /comercialização /instalação da peça ou projeto deverão ser anexados nos locais específicos da Ficha de Inscrição, sendo:



- ▶ Peças que possuam movimento: 1 (uma) apresentação em vídeo, contendo no máximo 1' (um minuto) de duração.
- ▶ Campanha Promocional, Ação Promocional e Material de PDV: defesa da estratégia utilizada e vídeo de no máximo 3' (três minutos) de duração.
- ▶ Design e Arquitetura de Loja: vídeo de apresentação de no máximo 3' (três minutos) de duração, e até 10 (dez) fotos do projeto com o antes(caso seja aplicável) e depois execução.
- ▶ **Projeto Acadêmico:** as inscrições baseadas em design sem movimento, deverão apresentar no mínimo 2 (duas) imagens coloridas conceituais, máximo 10 (dez). Os designs com movimento, deverão apresentar 1 (uma) apresentação em vídeo, contendo no máximo 1' (um minuto) de duração.
- ▶ **Execução do Promotor:** é exigida foto e / ou vídeo da execução no PDV, sendo recomendada a visibilidade da peça em mais de um ângulo e carta de anuência(modelo Popai) da indústria do gestor do projeto autorizando e validando a inscrição.
- ▶ **Categoria Economia Digital** é exigida foto e / ou vídeo do projeto e documento da implantação dentro do período estabelecido.
- ▶ **Digital Dignage e Digital Out of home:** Evidências documentais e visuais (fotos, vídeos, relatórios) que comprovem a implementação e os benefícios do projeto.
- ▶ **ESG:** Evidências documentais e visuais (fotos, vídeos, relatórios) que comprovem a implementação e os benefícios do projeto.

<b>CATEGORIA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ações de Trade Marketing e Marketing;</li> <li>▪ Displays e Peças de Merchandising;</li> <li>▪ Internacional;</li> <li>▪ Projetos Especiais de Displays e Peças de Merchandising.</li> </ul>	<p>Qual foi o desafio/briefing do projeto proposto pelo anunciante contratante, e qual seu objetivo principal.</p>	<p>Qual foi a solução proposta? Dar destaque aos principais diferenciais, tanto estruturais como criativo.</p>	<p>Detalhe o resultado atingido, assim como possíveis reverberações no mercado.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ecoeficiência</li> </ul>	<p>Descreva a proposta / objetivo / posicionamento da marca.</p>	<p>Qual o diferencial em sustentabilidade do seu projeto/ peça e porque a proposta é relevante, ou seja, qual o benefício ambiental.</p>	<p>O projeto/ peça trouxe mais ecoeficiência nos processos de produção?</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Economia Digital</li> </ul>	<p>Qual foi a problemática e/ou oportunidade que inspirou o projeto?</p>	<p>Qual foi a solução de negócios desenvolvida e seus apoios tecnológicos e operacionais?</p>	<p>Experiência idealizada e seus pontos altos juntos ao consumidor/usuário.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projeto Acadêmico</li> </ul>	<p>Qual foi o desafio/briefing do projeto e qual seu objetivo principal.</p>	<p>Qual foi a solução proposta? Dar destaque aos principais diferenciais, tanto estruturais como criativo.</p>	<p>Qual foi o resultado atingido, assim como possíveis reverberações no mercado.</p>

<b>CATEGORIA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projetos para Design e Arquitetura de Loja: Store Design, Quiosques, Rollouts.</li> </ul>	<p>Qual foi o desafio/briefing do projeto proposto pelo anunciante contratante, e qual seu objetivo principal.</p>	<p>Qual foi a solução proposta? Dar destaque aos principais diferenciais, tanto estruturais como criativo.</p>	<p>Detalhe o resultado atingido, assim como possíveis reverberações no mercado.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Subcategoria: Comunicação Visual de Loja - Permanente no PDV: Sinalização e Setorização de Loja</li> </ul>	<p>Objetivo da Sinalização: Descrever os objetivos específicos da sinalização e setorização, como melhorar a navegação ou destacar áreas específicas.</p>	<p>Escolha dos Materiais: Justificar a escolha dos materiais utilizados, destacando sua durabilidade e adequação ao ambiente da loja</p>	<p>Design Visual: Explicar o conceito visual e como ele se alinha com a identidade da marca.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Subcategoria: Comunicação Visual de Loja - Permanente no PDV: Ambientação (Painéis e Espaços para Storytelling/Timeline; Patterns e Demais Elementos Gráficos)</li> </ul>	<p>Conceito de Ambientação: Descrever o conceito e a visão por trás dos painéis, espaços de storytelling/timeline e demais elementos gráficos.</p>	<p>Relação com a Marca: Explicar como a ambientação reflete e reforça a identidade da marca.</p>	<p>Detalhe o resultado atingido, assim como possíveis reverberações no mercado.</p>

## 28 Justificativas na inscrição:

CATEGORIA	1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> <li>Projetos para Design e Arquitetura de Loja</li> </ul>	<p>Qual foi o desafio/briefing do projeto proposto pelo anunciante contratante, e qual seu objetivo principal.</p>	<p>Qual foi a solução proposta? Dar destaque aos principais diferenciais, tanto estruturais como criativo.</p>	<p>Detalhe o resultado atingido, assim como possíveis reverberações no mercado.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Projetos Varejistas: Sub Categoria Campanha Promocional</li> </ul>	<p>Descreva o conceito, estratégia, inovação da campanha.</p>	<p>Qual foi o Plano de mídia executado na campanha.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Projetos Varejistas: Sub Categoria Mobiliário</li> </ul>	<p>Qual foi o desafio/briefing do projeto proposto e qual seu objetivo principal.</p>	<p>Qual foi a solução proposta? Dar destaque aos principais diferenciais, tanto estruturais como criativo.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Subcategoria: Inovação e/ou Inteligência em modelo de atendimento</li> </ul>	<p>Qual foi a inovação e/ou tecnologia aplicada no modelo de atendimento?</p>	<p>Qual foi o alcance da aplicação da tecnologia e/ou inovação aplicada?</p>	<p>Detalhe o resultado atingido, assim como possíveis reverberações no mercado</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Execução do Promotor</li> </ul>	<p>Descritivo do trabalho realizado (objetivo, criatividade, aproveitamento do espaço, informação apropriada).</p>		

### **Subcategoria Campanha de Incentivo**

**Conceito:** Qual é a ideia central da campanha de incentivo, sua relevância e alinhamento com a cultura e valores da empresa? Como o conceito foi concebido para promover o engajamento dos públicos envolvidos e impulsionar a busca por resultados excepcionais?

**Estratégia:** Quais são as etapas e abordagens táticas utilizadas para efetivar o conceito da campanha? Como foram planejadas as ações específicas para cada público envolvido, atendendo às necessidades e expectativas de cada grupo?

**Planejamento da ação:** Como foi estruturada temporalmente e logisticamente a campanha de incentivo? Quais prazos e cronogramas foram estabelecidos? E quais recursos, como tecnologias, materiais de comunicação, premiações e incentivos, foram utilizados ao longo da campanha?

**Execução:** Como a campanha de incentivo foi executada na prática? Detalhe a implementação das estratégias e ações, incluindo informações sobre a coordenação das equipes envolvidas, o uso de recursos e ferramentas, e a interação com os diferentes públicos-alvo.

**Resultados:** Quais foram os resultados obtidos ao longo da campanha de incentivo? Forneça dados quantitativos e qualitativos que demonstrem o sucesso da campanha.

CATEGORIA	1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ações de Trade Marketing e Marketing;                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ativação de marca em eventos</li> </ul> </li> </ul>	<p>Objetivos da Ativação: Descrever os objetivos específicos da ativação e como eles se alinham com as metas da marca.</p>	<p>Estratégia Criativa: Explicar o conceito criativo por trás da ativação e as razões para a escolha das ações e espaços interativos.</p>	<p>Táticas de Engajamento e Resultados Alcançados: Detalhar as estratégias utilizadas para engajar o público e dados do sucesso da ativação.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Digital Signage e Digital Out of home</li> </ul>	<p>Descrição detalhada do projeto, incluindo objetivos e estratégias.</p>	<p>Infraestrutura, Hardwares utilizados, tamanho da rede.</p>	<p>Resultados e impactos Alcançados.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Retail Media: Varejo</li> </ul>	<p>Detalhe a composição e o design do pacote de Retail Media implementado, incluindo formatos de mídia utilizados, localização dentro do ponto de venda e integração com o ambiente físico.</p>		<p>Resultados Obtidos: resultados tangíveis e intangíveis alcançados pela campanha, como aumento nas vendas, melhoria na experiência do cliente e impacto na percepção da marca.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Retail Media: Industria, Agências, fornecedores.</li> </ul>	<p>Detalhe a concepção, implementação e execução do projeto de Retail Media, destacando elementos criativos, inovadores e estratégias utilizadas para alcançar os objetivos propostos.</p>	<p>Resultados Obtidos: resultados tangíveis e intangíveis alcançados pela campanha, como aumento nas vendas, melhoria na experiência do cliente e impacto na percepção da marca.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ESG</li> </ul>	<p>Descrição detalhada do projeto, incluindo objetivos e estratégias.</p>	<p>ODS atendidos</p>	<p>Resultados alcançados</p>

## Reclassificação de Categorias e / ou Grupos e / ou Subgrupos:

---

As informações dadas pelos participantes no ato da inscrição de suas peças estarão sujeitas à avaliação do Comitê Técnico do Prêmio POPAI Brasil 2024. Informações conflitantes ou inverídicas acarretarão na correção, alteração da inscrição, ou até mesmo, na desclassificação da peça inscrita, sem direito a reembolso das taxas.

De acordo com a Ficha de Inscrição preenchida, será avaliada a Categoria, Grupo e Subgrupo em que a peça foi inscrita, além das imagens e vídeos, defesas em Português e Inglês.

Havendo remanejamento de Categoria, Grupo ou Subgrupo, o POPAI Brasil entrará em contato (conforme cronograma) com a empresa, informando a alteração.

Caso o concorrente não concorde com o remanejamento, terá o direito de apresentar à entidade a justificativa e/ou seus comentários sobre a inscrição da peça (conforme cronograma). Se a justificativa não for suficiente para que a peça permaneça na Categoria, Grupo ou Subgrupo inscrito originalmente, receberá novo contato do POPAI Brasil, e neste caso, a empresa concorrente tem a opção de não participar da competição, porém, neste último caso, com devolução de 50% do valor da inscrição.

O Fechamento das Reclassificações de Categoria, Grupo e Subgrupo do concorrente será feito conforme cronograma.

# Processo de julgamento

---

A Comissão Julgadora será constituída por profissionais reconhecidos em suas áreas de atuação, sendo soberana quanto aos assuntos relacionados à premiação, não cabendo qualquer recurso ou impugnação contra suas decisões. O processo de avaliação dos projetos será on-line e seguirá os critérios estabelecidos neste Regulamento e o Manual de Orientação para o Júri.

Para o processo de julgamento, os juízes são divididos em equipes que será composto por empresários e executivos de indústrias de bens de consumo, varejistas, representantes de agências de publicidade, promoção, trade marketing e merchandising, fornecedores de materiais promocionais para o PDV, escritórios de arquitetura e acadêmicos brasileiros e do exterior. Os grupos são então atribuídos a categorias que não entram em conflito com as principais áreas de negócios de suas empresas ou com qualquer entrada atribuída a eles.

O julgamento será realizado online, e para tal, o jurado terá acesso ao Regulamento em Português e Inglês, à Ficha de Inscrição completa, às imagens e vídeos, às defesas em Português e Inglês. As identidades dos participantes permanecem não reveladas aos juízes durante toda a duração do processo.

Os membros do Júri poderão participar da Premiação, porém deverão se declarar impedidos de julgarem as Categorias que envolvam criações ou desenvolvimento com suas participações, sob pena de invalidação das suas avaliações.

Após a finalização do julgamento, a lista do corpo de jurados estará disponível nas redes sociais e site da premiação e redes sociais POPAI Brasil.

No processo de julgamento, apenas aparecerá para o jurado a marca(cliente) concorrente.

Os projetos disponibilizados aos membros da Comissão Julgadora não poderão ser copiados, impressos ou divulgados, por qualquer meio, visando preservar a confidencialidade dos mesmos.

# Quesitos de Avaliação

---

Serão atribuídas notas de 1 (um) a 10 (dez), tendo como quesitos de avaliação os seguintes itens

- ▶ Estratégia – Desafio, contexto e objetivos;
- ▶ Criatividade – insights e ideia;
- ▶ Design - Eficácia na exposição da marca, produto ou serviço;
- ▶ Execução – trazendo a ideia a vida ;
- ▶ Resultados.

## Exceto:

**Subcategoria Ativação de Marcas em eventos:**

- ▶ Criatividade e Inovação: Avaliação da originalidade das ideias e das soluções implementadas
- ▶ Engajamento do Público: Medição da capacidade da ativação de atrair, envolver e reter a atenção do público.
- ▶ Impacto na Marca: Análise do efeito positivo da ativação na percepção e valorização da marca.
- ▶ Execução e Implementação: Qualidade e eficiência na realização das ações planejadas.
- ▶ Resultados Obtidos: Avaliação dos resultados alcançados em relação aos objetivos estabelecidos

# Quesitos de Avaliação

---

## **Subcategoria Campanha de incentivo:**

- ▶ Conceito;
- ▶ Estratégia;
- ▶ Execução;
- ▶ Resultados.

## ***Subcategoria Digital Signage:***

- ▶ Relevância e Impacto: Importância e efeito do circuito de digital signage criado.
- ▶ Inovação e Criatividade: Características icônicas e criativas do projeto.
- ▶ Infraestrutura e Tecnologia: Tamanho da infraestrutura, interatividade e tecnologia embarcada.
- ▶ Conteúdos e Experiência: Qualidade e imersão dos conteúdos apresentados.
- ▶ Resultados: Resultados alcançados

## ***Subcategoria Displays Tecnológicos \* (com geração e inteligência de dados)***

- ▶ Objetivo e resultado em relação ao briefing;
- ▶ Interação com shopper, exposição de mais informações e conteúdos sobre os produtos para o shopper;
- ▶ Criatividade, Design e atratividade;
- ▶ Conectividade online, Captação de informação e geração de KPIs (dados);
- ▶ Eficácia nos benefícios aplicados aos 3 pilares (Indústria, Varejo e Shopper).

# Quesitos de Avaliação

---

## ***Subcategoria Execução do Promotor, os critérios avaliados serão:***

- ▶ Ocupação do Espaço;
- ▶ Aproveitamento do Espaço;
- ▶ Obstrução dos Corredores;
- ▶ Ponto de pega;
- ▶ Pilha e Armação;
- ▶ Informação apropriada;
- ▶ Visibilidade e compreensão;
- ▶ Criatividade;

## ***Subcategoria Inovação & Inteligência de Execução***

- ▶ Eficiência de cobertura de loja
- ▶ Tecnologias envolvidas à serviço da inovação (atendimento, execução, capilaridade, etc)
- ▶ Inovação na captura, tratamento e análise de dados pertinentes
- ▶ Alcance do case (volumetria de dados, número de PDVs atendidos, resultados atingidos)

# Quesitos de Avaliação

---

***Categoria Economia Digital, os critérios avaliados serão:***

## **Critérios técnicos**

- ▶ EMBASAMENTO | Estruturação da hipótese e pilares táticos do projeto/solução;
- ▶ COMUNICAÇÃO | Qualidade do conteúdo, storytelling e design;
- ▶ EXPERIÊNCIA | Usabilidade da(s) interface(s) e consistência da jornada;
- ▶ TECNOLOGIA | Consistência, estabilidade e qualidade da solução técnica;
- ▶ INOVAÇÃO | Autoridade do projeto e eficácia da solução;

## **Critérios estratégicos - Social**

- ▶ RESULTADO | Conversão e aderência do projeto/solução;
- ▶ VALOR | Relevância da iniciativa e percepção de importância para o cliente e seus clientes

***Subcategoria Gerenciamento de categorias, os critérios avaliados serão:***

- ▶ Qualidade da execução;
- ▶ Inovação;
- ▶ Taxa de atração/ conversão pós-implementação;
- ▶ Aumento das Vendas pós-implementação;
- ▶ Número de lojas multiplicadas pós piloto.

# Quesitos de Avaliação

---

## ***Categoria Ecoeficiência:***

- ▶ Proposta / objetivo / posicionamento da marca;
- ▶ Eficiência de impacto ambiental, de design, escolha dos materiais utilizados;
- ▶ Diferencial em sustentabilidade e sua relevância;
- ▶ Eficiência dos processos de distribuição e produção;
- ▶ Eficácia nos 3 pilares da sustentabilidade (meio ambiente, impacto social e economia).

## ***Categoria ESG:***

- ▶ Relevância e Impacto: Contribuição para os ODS e ESG; impacto positivo na comunidade, meio ambiente e governança.
- ▶ Inovação e Criatividade: Nível de inovação e criatividade; diferenciação em relação às práticas convencionais no varejo.
- ▶ Efetividade e Resultados: Resultados e benefícios concretos; evidências quantitativas e qualitativas do impacto positivo.
- ▶ Sustentabilidade e Longevidade: Sustentabilidade a longo prazo; potencial de continuidade e expansão.
- ▶ Engajamento e Inclusão: Grau de engajamento de colaboradores, clientes e comunidade; inclusividade e acessibilidade das práticas.

# Quesitos de Avaliação

---

## ***Categoria Projetos para Design e Arquitetura de Loja:***

- ▶ Resultado em relação ao objetivo
- ▶ Inovação e criatividade do conceito
- ▶ Relevância da jornada de experiência
- ▶ Sinergia da arquitetura com o design da marca
- ▶ Eficácia na exposição de produtos e serviços

## ***Subcategoria Comunicação Visual de Loja - Permanente no PDV:***

### ***Sinalização e Setorização de Loja***

- ▶ Clareza e Legibilidade: Avaliação da facilidade com que os clientes podem ler e compreender a sinalização.
- ▶ Funcionalidade: Eficácia da sinalização em guiar os clientes e melhorar a navegação na loja.
- ▶ Consistência Visual: Análise da uniformidade e coesão dos elementos visuais em toda a loja.
- ▶ Estética: Qualidade visual e estética dos elementos de sinalização e setorização. Sinergia com o conceito de arquitetura e design da marca ou do espaço onde está situado
- ▶ Durabilidade: Avaliação da resistência e longevidade dos materiais utilizados.

# Quesitos de Avaliação

---

## ***Subcategoria Comunicação Visual de Loja - Permanente no PDV:***

### ***Sinalização e Setorização de Loja***

- ▶ Clareza e Legibilidade: Avaliação da facilidade com que os clientes podem ler e compreender a sinalização.
- ▶ Funcionalidade: Eficácia da sinalização em guiar os clientes e melhorar a navegação na loja.
- ▶ Consistência Visual: Análise da uniformidade e coesão dos elementos visuais em toda a loja.
- ▶ Estética: Qualidade visual e estética dos elementos de sinalização e setorização. Sinergia com o conceito de arquitetura e design da marca ou do espaço onde está situado
- ▶ Durabilidade: Avaliação da resistência e longevidade dos materiais utilizados.

## ***Subcategoria Comunicação Visual de Loja - Permanente no PDV:***

### ***Ambientação (Painéis e Espaços para Storytelling/Timeline; Patterns e Demais Elementos Gráficos)***

- ▶ Criatividade e Originalidade: Avaliação da inovação e originalidade dos elementos gráficos e de ambientação.
- ▶ Consistência com a Marca: Análise da forma como a ambientação reflete a identidade e os valores da marca.
- ▶ Engajamento do Cliente: Medição da capacidade dos elementos de ambientação em atrair e envolver os clientes
- ▶ Qualidade da Execução: Avaliação da precisão e qualidade na implementação dos elementos gráficos
- ▶ Integração com o Ambiente: Análise de como os elementos gráficos se harmonizam com o layout e design geral da loja

# Quesitos de Avaliação

---

## ***Categoria Projetos Varejistas:***

- ▶ Conceito/ Objetivo / Estratégia.
- ▶ Criatividade / Inovação.
- ▶ Alcance / Eficiência.

## ***Subcategoria RETAIL MEDIA:***

- ▶ Tamanho do Circuito de Retail Media
- ▶ Cobertura Alcançada
- ▶ Estrutura de Integrações Offline e Online
- ▶ Inovação dos Cases
- ▶ Resultados Obtidos

## ***Categoria Startup:***

- ▶ Inovação: A solução é inovadora em termos de projeto, desenvolvimento e execução.
- ▶ Desafio: A solução de fato resolve um problema ou uma dor.
- ▶ Impacto no Negócio: a solução proporciona vantagens mercadológicas, econômicas, fortalecimento da marca, visibilidade e conquista de clientes, entre outros.

## Quesitos de Avaliação

As notas dadas pelos jurados a cada peça participante serão somadas automaticamente pelo programa, considerando apenas os melhores resultados, descartando a menor nota e a maior nota, de forma a determinar quais serão as ganhadoras dos Índios Ouro, Prata e Bronze, em cada Categoria premiada.

A categoria Projeto Acadêmico e Promotor de Vendas (realizadas com valor de PF) serão reconhecidas com Menção Honrosa (certificado), sem direito a troféu.

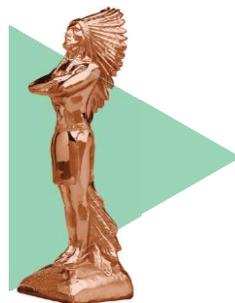
CrITÉrios de notas de corte para ser elegível ao **Prêmio POPAI Brasil 2023**, sendo que receberão troféus somente as três maiores pontuações em cada uma das classificações:



**Índio Ouro**  
Notas finais  
acima de **8,00**



**Índio Prata**  
Notas finais  
entre **7,00 e 7,99**



**Índio Bronze**  
Notas finais  
entre **6,00 e 6,99**



Poderão existir Categorias não premiadas ou que não tenham 1º e/ou 2º e/ou 3º lugar.

Exceto premiações especiais: Voto Popular, Display do Ano, Projeto Especial do Ano, Store Design do Ano e Personalidades do Ano.

# Voto popular

---

A votação popular elege um único vencedor entre todas as peças inscritas. O vencedor do Voto Popular receberá um Índio diferenciado dos demais.

As peças/ projetos regularmente inscritas em qualquer uma das categorias (com exceção das categorias 6 e 8) concorrerão automática e gratuitamente, ao Voto Popular, cuja votação acontecerá via internet, por meio de site desenvolvido exclusivamente para esse fim, aberto ao público.

A votação estará disponível conforme cronograma, podendo votar uma única vez mediante confirmação do CPF ou passaporte (estrangeiro).

Categoria 6 e 8 não concorrerão.



Serão desconsideradas as votações que forem identificadas a utilização de bots e/ou dados fakes nas peças/projetos concorrentes ao voto popular.



# Personalidades do Ano - POPAI Brasil

---

## ***O que é?***

Premiação paralela ao tradicional Prêmio POPAI Brasil que irá

reconhecer, valorizar e homenagear executivos e profissionais da indústria e varejo que são exemplo de boas práticas no desenvolvimento sustentável do mercado e que foram destaque no ano de 2024, ligadas às áreas de Trade Marketing/ Marketing e Compras.

## ***Quem pode ser indicado?***

Poderão ser indicadas personalidades que estejam atuantes ativamente no ano referente do Prêmio, devem ocupar no mínimo nível gerencial (gerentes, diretores, vice-presidentes, presidentes).

## ***Indicações:***

Cada empresa inscrita ao Prêmio POPAI Brasil 2024 poderá indicar até 3(três) nomes de profissionais que julguem merecer concorrer a este reconhecimento.

A indicação será feita via plataforma online no ato da inscrição, indicando a pessoa, cargo e seu linkedin.

Existirá um comitê formado pelo board do POPAI Brasil, exclusivo para esta premiação. O board tem direito a vetar ou incluir indicação de personalidades conforme código de ética da Associação.

Após o final das indicações, será feita uma short list com os 10 nomes mais citados e eventualmente alguma outra indicação do comitê.

O Comitê Especial do Board do Prêmio Personalidades será formado pela diretoria atual do POPAI.

A decisão do Comitê do Board será soberana, e deverá levar em consideração como critérios de avaliação: volume de indicações, expressividade, relevância de atuação e projetos realizados no período.

Cerimônia de Divulgação das personalidades do Ano – POPAI Brasil

Serão reconhecidas 03 (três) Personalidades do Ano em Cerimônia que acontecerá em paralelo à de divulgação dos vencedores do Prêmio POPAI Brasil 2023.

# Premiação

---

## ✓ Resultado:

O resultado dos finalistas premiados, elegíveis aos Índios Ouro, Prata ou Bronze em cada Categoria, Grupo e Subgrupo, será divulgado individualmente, por e-mail a ser enviado pelo **POPAl Brasil** conforme cronograma.

Importante salientar que o resultado final com os vencedores será divulgado somente na Cerimônia de Premiação, onde divulgaremos também:

- ▶ Voto Popular;
- ▶ Display do Ano;
- ▶ Projeto especial do Ano;
- ▶ Ação Promocional do Ano;
- ▶ Store design do Ano;
- ▶ Personalidades do Ano.

A partir da divulgação dos resultados, os finalistas poderão ostentar o selo-padrão fornecido pela organização do Prêmio Popai Brasil em seus veículos de comunicação.

A categoria Projeto Acadêmico e Promotor de Vendas (realizadas com valor de PF) serão reconhecidas com Menção Honrosa (certificado), sem direito a troféu.



### ✓ Cerimônia:

A **Cerimônia de Premiação do POPAI Brasil 2024** está prevista para ocorrer em **12 de novembro**, e será realizada **exclusivamente em formato presencial na cidade de São Paulo**. A participação nesse evento se dará mediante a **aquisição(compra) de convites pelos vencedores**. As informações sobre a quantidade de convites disponíveis serão comunicadas por e-mail no momento em que os finalistas forem anunciados. Além disso, **a cada 15 inscrições, o concorrente terá direito a um convite cortesia** para a cerimônia.

### ✓ Réplicas dos Troféus:

Havendo interesse, os vencedores do Prêmio POPAI Brasil 2024 (Ouro, Prata e bronze) poderão adquirir réplicas dos troféus, via formulário no site de inscrição, preenchendo todos os dados solicitados e pagamento da taxa + envio (motoboy ou Correios) .

Não terão réplicas dos troféus especiais.

Réplicas Troféus	
Ouro	850,00
Prata	800,00
Bronze	750,00

### ✓ Anuário:

O objetivo do Anuário do Prêmio é incentivar, recompensar e compartilhar o que de melhor foi criado e produzido por empresas e profissionais do setor de marketing, trade marketing e merchandising de todo o Brasil.

## Termos e condições do prêmio:

---

1. Os participantes da premiação declaram estar cientes e concordar expressamente com os termos deste Regulamento.
2. O Popai Brasil, a qualquer momento, poderá solicitar à empresa concorrente, comprovação de dados constantes na inscrição;
3. Os participantes são responsáveis pela veracidade e precisão das informações fornecidas no Formulário de Inscrição, no conteúdo do projeto e nos documentos adicionais em qualquer momento.
4. O POPAI Brasil reserva-se o direito de cancelar, alterar ou anular este Prêmio, total ou parcialmente, por razões de força maior ou caso fortuito devidamente motivado, assim como prorrogar os prazos estabelecidos neste Regulamento, com a devida publicidade dos atos praticados.
5. Os participantes autorizam a publicação do nome, marca da empresa e do cliente, imagens fornecidas no Formulário de Inscrição e título do projeto premiado, exclusivamente nas mídias relacionadas à promoção do Prêmio POPAI Brasil 2024. O POPAI Brasil tem o direito de exibir, reproduzir, distribuir, utilizar ou veicular as imagens, depoimentos e todo ou parte do projeto em qualquer meio de comunicação, sem a necessidade de remuneração à empresa vencedora, mediante acordo entre o POPAI Brasil e a empresa premiada.
6. Os participantes que comparecerem à cerimônia de premiação autorizam a captação de sua imagem por meio de registros audiovisuais e fotográficos durante o evento, podendo esses registros ser utilizados em diversas mídias para divulgação da premiação.

## Termos e condições do prêmio:

---

7. O POPAI Brasil garante a utilização das informações solicitadas no Formulário de Inscrição exclusivamente para a formalização da participação no Prêmio, comprometendo-se a proteger e guardar tais informações, exceto quando sujeitas a divulgação para agências governamentais por procedimentos judiciais, ordens judiciais ou processos legais, conforme a legislação vigente (Lei Geral de Proteção de Dados).
8. Os premiados têm permissão para utilizar o selo do prêmio em seus materiais de divulgação, mantendo seu conteúdo, cor e formato inalterados. Para a utilização de outros selos, marcas, nomes ou materiais de propriedade do POPAI Brasil, é necessária autorização. Nenhum material do projeto inscrito, vencedor ou não, será devolvido ao participante.
9. O presente Regulamento, bem como suas áreas de atuação e Formulário de Inscrição, estão sujeitos a modificações para garantir o bom andamento e a integridade do Prêmio.
10. O POPAI Brasil não se responsabiliza por questões de direitos autorais dos projetos inscritos, eximindo-se de qualquer ônus relacionado à violação de direitos autorais de terceiros, como fotografos, ilustradores, entre outros.
11. É de inteira responsabilidade dos autores obter a autorização de seus clientes para a inscrição dos projetos.

## Termos e condições do prêmio:

---

12. As soluções submetidas serão de exclusiva responsabilidade do(s) representante(s) legal(is) da(s) empresa(s) ou da pessoa física, que deverá(ão) mencionar a participação de outras pessoas, parceiros e fornecedores envolvidos diretamente em sua execução, tanto no conteúdo do projeto como nos campos específicos do Formulário de Inscrição, se for o caso.
13. O direito dos ganhadores ao recebimento dos prêmios decairá em 180 (cento e oitenta) dias da data da Cerimônia de Entrega do Prêmio POPAI Brasil 2024;
14. Inscrições com informações conflitantes ou inverídicas acarretarão na correção, alteração da inscrição ou, até mesmo, na desclassificação da peça inscrita, sem direito a reembolso das taxas pagas;
15. O POPAI não fornecerá feedback sobre o desempenho de uma participação na competição;
16. O POPAI pode desqualificar a inscrição se: (i) o participante violar qualquer regra estabelecida no formulário de inscrição ou violar algum desses termos;
17. Se o participante optar por cancelar sua inscrição antes do encerramento do período de inscrições, receberá um reembolso correspondente a 50% do valor pago. No entanto, se o cancelamento for solicitado após o término das inscrições, não haverá reembolso disponível. Nenhum valor de inscrição pago será devolvido em caso de desclassificação.
13. Para esclarecimentos e outras informações relacionadas ao Regulamento, entre em contato através do e-mail: [contato@popaibrasil.com.br](mailto:contato@popaibrasil.com.br)

# Glossário

---

- ❑ **Ativação de marcas em evento:** Esta categoria reconhece iniciativas destacadas de Live Marketing que utilizam espaços e ações interativas dentro de eventos, como festivais, feiras, summits e entre outros para criar conexões significativas e experiências memoráveis com a marca.
- ❑ **Campanha de Trade com Ambientação de PDV:** se enquadra uma campanha completa de trade marketing, com MPDVs, mecânicas de bonificação e/ou execução, incentivo à vendas, entre outros;
- ❑ **CAMPANHA DE INCENTIVO:** Campanhas motivacionais e de relacionamento para públicos internos, colaboradores, canais de distribuição, revendas e outros parceiros, excluindo ações diretas voltadas aos consumidores finais. O objetivo é estimular, motivar e engajar esses públicos, visando aumentar a produtividade e alcançar resultados excepcionais para um produto, categoria ou para a empresa como um todo. As iniciativas podem incluir programas e conjuntos de ações estratégicas para impulsionar o desempenho e a superação de metas.
- ❑ **Campanha Promocional - Ação Promocional:** Reconhece iniciativas destacadas de marketing promocional que visam aumentar a visibilidade da marca, impulsionar as vendas e engajar o público-alvo de maneira eficaz. Esta categoria abrange campanhas promocionais realizadas em diferentes canais e ambientes, com foco em criar experiências memoráveis e interativas para os consumidores.
- ❑ **Display e Peças de Merchandising** que possua produtos em sua exposição, podendo ser colocado diretamente no chão, balcão, vitrine, gôndola, etc.

## Glossário

---

- ❑ **Display Alta Tiragem:** O enquadramento nesta subcategoria é facultativo, permitindo que o projeto seja inscrito tanto nela quanto na subcategoria específica do segmento ou em ambas.
- ❑ **Display Ecoeficiente:** Nesta categoria poderão ser incluídos projetos tanto que se utilizaram de ecoeficiência em sua concepção como também projetos que tenham um propósito ecoeficiente. Importante ter informações sobre a redução de impacto ambiental na logística, embalagem de envio, no processo de produção, na escolha dos materiais.
- ❑ **Display Interativo:** Peças que proporcionam interatividade com o consumidor, a interatividade pode ser digital, analógica etc. O enquadramento nesta subcategoria é facultativo, permitindo que o projeto seja inscrito tanto nela quanto na subcategoria específica do segmento ou em ambas.
- ❑ **Display Portal:** Comunicação Impactante no Ponto de Venda com Múltiplas Aplicações. Proporcionando uma presença marcante no ponto de venda, o Portal de Exibição oferece diversas aplicações estratégicas, como na entrada, junto ao pallet, na gôndola e no checkout, destacando produtos e promovendo campanhas de marketing. Para ser classificado como um Portal, é necessário atender a a um vão livre de 2,00A x 2,00L.
- ❑ **Digital Signane e Digital Out of home:** refere-se ao uso de tecnologia de display digitais, monitores, painéis de led para fins de comunicação e publicidade em locais públicos e comerciais de varejo ou urbano. Trata-se da categoria que vai avaliar a solução completa e mais criativas que inclui não apenas o hardware (os displays), mas também o software e a infraestrutura e impacto em seu projeto. Projetos que contem vendas de publicidade ou comunicação interna.

# Glossário

---

- ❑ **Displays Tecnológicos:** Será considerado MPDV, que foram aplicados tecnologia como recursos de interação. Serão considerados, displays como pontas de gondola, ilhas, totens, ponto natural. O recurso tecnologia deve estar aplicado com produtos disponíveis em volta. Diferenciais, interação, experiência, geração de dados. O enquadramento nesta subcategoria é facultativo, permitindo que o projeto seja inscrito tanto nela quanto na subcategoria específica do segmento ou em ambas.
- ❑ **Gerenciamento de Categoria(GC):** Técnica de merchandising com a função de orientar grupos de produtos derivados e complementares.
- ❑ **Ilhas Promocionais:** Exposição de produtos permitindo circulação por todos os lados.
- ❑ **Influenciadores digitais:** influenciador digital é aquela pessoa ou marca, que através de seu conteúdo consegue influenciar de alguma forma a maneira que seus seguidores nos meios digitais encaram e consideram determinadas questões ou conceitos.
- ❑ **Kit Influenciadores:** Kit utilizado especialmente em lançamentos de produtos ou ações promocionais.
- ❑ **Materiais Leves/ Sinalização;** exemplos: Placas/ Stopper/ Clip Strip/ wobblers/ móveis/ régua de gondola/ glorifier de gondola etc.

# Glossário

---

- ❑ **Projeto de Trade:** Solução, Ambientação, Cenografia e Tematização realizada em uma parte específica da loja.
- ❑ **Press Kit:** kit de imprensa é um conjunto de materiais de divulgação de uma pessoa, banda, organização ou empresa que é distribuído por assessorias de imprensa a canais de mídia para divulgação.
- ❑ **PBR: PALETE PADRÃO BRASILEIRO** - As medidas padrão do Pallet PBR são de 1,00x1,20m.
- ❑ **RETAIL MEDIA:** Serão avaliados projetos de Retail Media, onde o varejo pode apresentar a robustez e impactos de sua estrutura e cobertura, ou projetos realizados por Indústrias, Agências e Fornecedores em toda campanha utilizando todos os recursos de retail media de um varejo. Quem pode Inscrever: Varejistas, marcas, indústrias, agências e fornecedores, indicando sempre o varejista onde o projeto foi executado.

## **STORE IN STORE**

### **Características:**

- Espaço que seja composto de ambiente que tenha ambientação própria e diferenciada do ambiente da loja onde estiver situada;
- Área compacta, até 20m<sup>2</sup>; (operações maiores que estejam dentro de um supermercado, por exemplo, sugiro que concorra na categoria Store Design);
- Deve contar com layout em área suficiente para o usuário circular em seu interior;
- Deve conter produtos específicos de uma marca que seja diferente da marca da loja onde estiver contida;
- Poderá ter ou não checkout exclusivo;
- Deverá ter produto ou serviço disponível (massificado ou como mostruário) em seu ambiente;
- Não pode ser considerada uma Store in Store uma ativação em um único módulo, incorporado a uma parede, em uma única face.

## **COMUNICAÇÃO VISUAL - PERMANENTE DE PDV**

- **Sinalização e Setorização de loja:** placas, painéis, totens, luminosos e outros elementos que contribuam para ajudar o shopper a encontrar produtos, setores ou serviços dentro da loja;

### **Ambientação:**

**PAINÉIS E ESPAÇOS PARA STORYTELLING / TIMELINE:** Espaços dedicados a comunicar histórias relevantes da marca, ações ESG, processos fabris de seus produtos, de forma criativa, por meio de textos, ilustrações, vídeos e fotografias. fotografias

**PATTERNS E DEMAIS ELEMENTOS GRÁFICOS:** elementos criados exclusivamente para a marca, que contribuem para revestir, ambientar, e promover personalidade ao ambiente.

A presença dos elementos gráficos deve ser relevante no ambiente para que o projeto possa ser julgado nesta categoria.

## VISUAL MERCHANDISING

### VITRINISMO:

- Composição cenográfica em espaço enclausurado situado na fachada da loja, voltada para o público que transita fora da loja, em ruas, galerias ou malls;
- A vitrina pode ter sua retaguarda totalmente fechada ou pode ter permeabilidade visual e conexão com o interior da loja, desde que esteja situada em fachada;
- Exposição coordenada e valorizada de coleções ou agrupamento de produtos por ocasião de consumo, por paleta de cores ou por algum outro aspecto e que tenha uma narrativa, que dialogue com o shopper, com o apoio de comunicação visual impressa e/ou digital;
- Exposição do produto planejada como elemento protagonista em contexto cenográfico;
- Conjunto de módulos versáteis, que viabilizem a exposição dos produtos de forma criativa e impactante (ex: Ilha contendo mesas, bases, manequins, produtos e comunicação);
- Avaliação do resultado estético da composição, considerando equilíbrio cromático, iluminação que valorize produtos, manequins e outros elementos.

### INTERIOR DE LOJA:

- Composição em equipamentos de parede ou solo contendo produtos, elementos decorativos, displays para glorificação de produtos Hero, cartazes ou painéis digitais com conteúdo que forneça informações sobre o mix apresentado neste espaço;
  - Exposição coordenada de coleções ou agrupamento de produtos por ocasião de consumo, por paleta de cores ou por algum outro aspecto que justifique a apresentação deles em grupo sempre com um conjunto de displays e comunicações que reforcem a solução(ex: coleção capsula de confecção com calçados e acessórios; produtos para churrasco, etc);
  - Exposição do produto planejada como elemento protagonista em contexto cenográfico;
  - Conjunto de módulos versáteis, que viabilizem a exposição dos produtos de forma criativa e impactante(ex: Ilha contendo mesas, bases, manequins, produtos e comunicação);
- O projeto de Visual merchandising prevê o uso de elementos icônicos que reforcem a personalidade da loja. Geralmente tem um caráter permanente, mas podem estar associados à campanhas.

*O organizador faz parte da associação mundial da POPAI/ SHOP! Association.  
Portanto, as regras da competição são definidas de acordo com as regras da competição global.*

*Informações Gerais:*

*POPAI Brasil*

*Fone: +55 (11) 2391-0883*

*e-mail: [contato@popaibrasil.com.br](mailto:contato@popaibrasil.com.br)*

**POPAI**

PART OF THE **shop!** GLOBAL NETWORK

BRASIL