

PRÊMIO  
**POP**AI  
BRASIL **2026**



**REGULAMENTO**

# SUMÁRIO

<b>Cronograma</b> .....	4
<b>Quem pode Concorrer?</b> .....	5
<b>Elegibilidade e Reinscrição de Cases</b> .....	6
<b>Taxa de Inscrição</b> .....	7
<b>Categorias</b> .....	8
<b>1. Displays e Peças de Merchandising</b> .....	10
<b>2. Projetos Especiais de Displays e Peças de Merchandising</b> .....	12
<b>3. Ações de Trade Marketing e Marketing</b> .....	16
<b>4. Projetos para Design e Arquitetura de Loja</b> .....	27
<b>5. Ecoeficiência</b> .....	38
<b>6. Retail Future by Mondelez</b> .....	40
<b>7. Internacional</b> .....	41
<b>8. Economia Digital</b> .....	43
<b>9. Esg - Environmental, Social and Governance</b> .....	47
<b>10. Excelência no Trade</b> .....	49
<b>11. Projetos Varejistas</b> .....	54
<b>12. Startups</b> .....	58
<b>13. Categoria Sazonal – Cases Copa do Mundo 2026</b> .....	60
<b>Inscrição</b> .....	67
<b>Documentos</b> .....	68
<b>Reclassificação</b> .....	69
<b>Processo de Avaliação</b> .....	70
<b>Quesitos de Avaliação</b> .....	71
<b>Troféus Especiais</b> .....	72
<b>Voto Popular</b> .....	73
<b>Personalidades do Ano</b> .....	74
<b>Premiação</b> .....	75
<b>Termos e Condições do Prêmio</b> .....	77
<b>Glossário</b> .....	78

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 26ª. 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 o 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 troféus de Ouro, Prata e Bronze de acordo com a inscrição do projeto ou peça.

Também serão premiados: Voto Popular, Display do Ano, Ação Promocional 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

23/06/26 A 17/07/26	PERÍODO EARLY BIRD
18/07/26	INÍCIO 1º LOTE
18/07/26	UPLOAD DAS INSCRIÇÕES NO SISTEMA
21/08/26	INÍCIO 2º LOTE
11/09/26	ENCERRAMENTO DAS INSCRIÇÕES
16/09/26 A 06/10/26	PROCESSO DE RECLASSIFICAÇÃO
13/10/26 A 25/10/26	AVALIAÇÃO DOS JURADOS
26/10/26 A 28/10/26	AUDITORIA DO RESULTADO
27/10/26 A 15/11/26	PERÍODO DO VOTO POPULAR
29/10/26 A 03/11/26	CONTATO COM OS FINALISTAS
24/11/26	CERIÔNIA DE PREMIAÇÃO VILA DOS IPÊS

18/07/2026 a 11/09/2026	UPLOAD DO PROJETO
-------------------------	-------------------

**Importante:** As datas do cronograma do Prêmio POPAI Brasil são definitivas. Visando assegurar a qualidade operacional, o cumprimento dos processos de avaliação e a sustentabilidade do evento, não serão concedidas prorrogações para inscrições. Planeje-se para concluir sua inscrição dentro do prazo estabelecido.

## Quem pode concorrer?

- ✔ Associados ou Não Associados ao SHOP! POPAI Brasil
- ✔ Fabricantes, varejistas, marcas, produtores de materiais de PDV, escritórios de Arquitetura e Agências de Publicidade, Promoção, Trade Marketing, Merchandising e Visual Merchandising.

## O que pode ser inscrito?

- ✔ Projeto que tenha sido criado, produzido e executado no varejo brasileiro. (exceção categoria internacional)
- ✔ **OBRIGATÓRIO** que os projetos tenham sido implantados com objetivo comercial durante o período compreendido entre 01 de junho de 2025 à 05 de setembro de 2026.
- ✔ Protótipos para fins de teste e demonstração não serão aceitos.
- ✔ Categoria Internacional: Projetos que tenham sido produzidos por empresas brasileiras ou estrangeiras, desde que o faturamento seja de fora do Brasil. Soluções implantadas em pontos de venda internacionais, abrangendo displays, ambientações, campanhas, promoções e demais materiais de comunicação e ativação no PDV.

## Não poderá participar:

- ✘ Os projetos não podem ter sido inscritos em anos anteriores no Prêmio POPAI Brasil, exceto conforme página 6 elegibilidade e reinscrição de cases.
- ✘ Não é permitida a inscrição de protótipo.
- ✘ Trabalho já inserido numa categoria, exceção das categorias que permitem.
- ✘ Conceitos ou projetos criados apenas com o objetivo de participar nos prêmios.



## Taxa de inscrição por Projeto

DEMAIS CATEGORIAS		
	Associado POPAI Brasil, Argentina e Chile	Não Associado
Early bird	R\$ 1078,00	R\$ 2.524,00
Inscrições 1º LOTE	R\$ 1.237,00	R\$ 2.686,00
Deadline 2º LOTE	R\$ 1.438,00	R\$ 3.580,00

CATEGORIA: EXCELÊNCIA DO TRADE - EXECUÇÃO (VALORES PARA INSCRIÇÃO PF – DIRETO PELO PROMOTOR)	
Early bird	R\$ 50,00
Inscrições 1º LOTE	R\$ 80,00
Deadline 2º LOTE	R\$ 100,00

CATEGORIA: STARTUPS	
Early bird	R\$ 650,00
Inscrições 1º LOTE	R\$ 700,00
Deadline 2º LOTE	R\$ 750,00

DESCONTOS ESPECIAIS	
Acima de 20 projetos inscritos (não acumulativo)	10%

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

## Formas de pagamento:

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 acrescido da taxa do cartão (5%) sobre o valor.**

Boleto bancário vencimento para 3 dias.

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

A emissão de NF será acrescido de 5% no valor.

### 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.



## Enquadramento Obrigatório de Categorias

**Projetos cuja natureza ou especificidade os enquadre de forma obrigatória em uma determinada categoria** — conforme critérios técnicos definidos pelo regulamento, **não poderão ser inscritos em outras categorias.**

Nesses casos, a inscrição do projeto deverá ser realizada exclusivamente na categoria correspondente, sendo vedada a inscrição simultânea ou paralela em outras categorias, grupos ou subgrupos.

## Critério de Classificação por Segmento

### Campanhas Promocionais

A classificação do segmento (Alimentar, Farma, Pet, Canal Especializado etc.) será definida com base no canal de implementação da campanha, ou seja, no tipo de loja ou ambiente onde a ação foi executada.

### Displays e Projetos Especiais

A classificação do segmento será definida com base no **nicho do produto ou marca promovida**, independentemente do canal em que o material estiver instalado.

### Exemplos:

- Uma campanha de bebida alcoólica implementada em supermercados será classificada como **Alimentar**, considerando o canal de execução.
- Um display desenvolvido para uma marca de bebida alcoólica será classificado de acordo com o **segmento do produto promovido**.

## Dúvidas sobre Categorias

Em caso de dúvidas quanto ao enquadramento do seu projeto em determinada categoria, grupo ou subgrupo:

- ▶ Consulte o Glossário disponível no regulamento e/ou;
- ▶ Caso sua dúvida não esteja contemplada no glossário ou mesmo assim persista, entre em contato com a equipe SHOP! POPAI.

**Importante:** A utilização do glossário ou contato com a equipe contribui para minimizar ou evitar possíveis reclassificações ou desclassificações por enquadramento inadequado.

## 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 um grupo)
- ▶ Display de Balcão:(enquadramento obrigatório)
  - Alimentos e Bebidas;
  - Farma e Beauty Care;
  - Papelaria;
  - Pet, Casa & Jardim.
- ▶ Equipamentos & Fixturing

Os grupos concorrem com subgrupo por tempo de permanência.

## 1. DISPLAYS E PEÇAS DE MERCHANDISING

### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o desafio ou briefing apresentado pelo cliente? Descreva o contexto do projeto e o objetivo principal a ser alcançado.
2. Qual foi a solução desenvolvida? Destaque os diferenciais do display ou peça, tanto no aspecto estrutural (materiais, montagem, usabilidade) quanto no aspecto criativo (design, visual, conceito).
3. Quais foram os resultados obtidos? Apresente evidências quantitativas e/ou qualitativas de performance no PDV, como impacto visual, aumento de vendas, engajamento do shopper ou replicabilidade do projeto.

### Critérios de Avaliação:

**Estratégia:** Clareza do objetivo e alinhamento com o briefing.

**Criatividade e Inovação:** Nível de originalidade percebido no design, estrutura, materiais e conceito.

**Design e Funcionalidade:** Impacto visual nas imagens; organização, harmonia estética, clareza da exposição de produto.

**Execução:** Fidelidade do projeto executado em relação à proposta; acabamento e qualidade percebida nas fotos.

**Resultados e Performance:** Dados apresentados, contextualização do impacto no PDV e percepção de sucesso (mesmo que qualitativo).

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos do projeto:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo:</b>	Opcional de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 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 Tiragem 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;
- ▶ Ponta de Gôndola - Temporário; (enquadramento obrigatório)
  - Canal Farma e Beauty Care;
  - Canal Alimentar;
  - Canal Especializado (pet, papelaria, acessórios, etc)
- ▶ Ponta de Gôndola - SemiPermanente e Permanente; (enquadramento obrigatório)
  - Canal Farma e Beauty Care;
  - Bebidas Alcoólicas;
  - Bebidas Não Alcoólicas;
  - Canal 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.

## 2. PROJETOS ESPECIAIS DE DISPLAYS E PEÇAS DE MERCHANDISING

### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o desafio ou briefing apresentado pelo cliente? Descreva o contexto do projeto e o objetivo principal a ser alcançado.
2. Qual foi a solução desenvolvida? Destaque os diferenciais do display ou peça, tanto no aspecto estrutural (materiais, montagem, usabilidade) quanto no aspecto criativo (design, visual, conceito).
3. Quais foram os resultados obtidos? Apresente evidências quantitativas e/ou qualitativas de performance no PDV, como impacto visual, aumento de vendas, engajamento do shopper ou replicabilidade do projeto.

### Critérios de Avaliação:

**Estratégia:** Clareza do objetivo e alinhamento com o briefing.

**Criatividade e Inovação:** Nível de originalidade percebido no design, estrutura, materiais e conceito.

**Design e Funcionalidade:** Impacto visual nas imagens; organização, harmonia estética, clareza da exposição de produto.

**Execução:** Fidelidade do projeto executado em relação à proposta; acabamento e qualidade percebida nas fotos.

**Resultados e Performance:** Dados apresentados, contextualização do impacto no PDV e percepção de sucesso (mesmo que qualitativo).

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

**Fotos do projeto:** Mínimo 2, máximo 10  
1 foto no PDV (obrigatório)  
1 Foto com fundo neutro.

**Vídeo:** Opcional de até 2 minutos.

**Nota Fiscal:** Comprovação da produção e implantação do projeto.

Exceção Displays interativos e tecnológicos

## 2. PROJETOS ESPECIAIS DE DISPLAYS E PEÇAS DE MERCHANDISING

### DISPLAYS INTERATIVOS

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o desafio ou objetivo do projeto em relação à interação com o shopper no ponto de venda? Explique o contexto do briefing e a meta principal do display interativo.
2. Que tipo de interatividade foi proposta e como ela funciona? Detalhe se a interação é digital, física, sensorial ou híbrida, e como ela é percebida pelo consumidor no PDV.
3. Quais foram os resultados alcançados ou esperados? Relate evidências de impacto como maior tempo de permanência, aumento de vendas, engajamento ou replicação.

#### CrITÉrios de Avaliação:

**Interatividade e Engajamento:** Nível e tipo de interação proposta com o shopper. Clareza da proposta interativa nas evidências visuais.

**Criatividade na Interação:** Inovação no formato da interação (tátil, digital, física etc.) e na forma como ela envolve o consumidor.

**Design e Usabilidade:** Aparência visual, clareza da navegação/interação, facilidade de uso e adequação ao PDV.

**Funcionalidade percebida:** O display cumpre bem o papel para o qual foi desenvolvido? É possível entender isso por fotos/vídeos?

**Resultados esperados ou observados:** Evidências de que a interatividade gerou impacto (atração, retenção, experimentação, conversão etc.).

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

- Fotos do projeto:** Mínimo 2, máximo 10  
1 foto no PDV (obrigatório)  
1 Foto com fundo neutro.
- Vídeo:** Opcional de até 2 minutos.
- Nota Fiscal:** Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 2. PROJETOS ESPECIAIS DE DISPLAYS E PEÇAS DE MERCHANDISING

### DISPLAYS TECNOLÓGICOS

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o desafio apresentado no briefing e quais tecnologias foram aplicadas e como elas funcionam no pdv? Como o display se relaciona com os produtos ao seu redor e com o shopper? Explique como a tecnologia impulsiona a experiência ou facilita a tomada de decisão do consumidor.
2. Quais dados são gerados pela solução e como são utilizados? Caso aplicável, indique que tipo de indicadores a tecnologia captura (ex: interação, conversão, engajamento).
3. Quais foram os resultados observados ou previstos? Destaque evidências de retorno: vendas, engajamento, feedbacks qualitativos, replicação, etc.

#### Critérios de Avaliação:

**Objetivo e Alinhamento ao Briefing:** Clareza do propósito do uso da tecnologia e sua conexão com os produtos expostos.

**Interação com o Shopper:** Nível de interação, demonstrado por vídeos e fotos.

**Geração e uso de Dados (KPIs):** Possibilidade de coleta, análise e uso de dados em tempo real ou posterior.

**Design e Atração Visual:** Aparência do display tecnológico: clareza, impacto, adequação ao ambiente do PDV.

**Eficácia para os 3 pilares:** Benefícios entregues à indústria, ao varejo e ao shopper — mesmo que qualitativamente.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos do projeto:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo:</b>	Opcional de até 2 minutos.
<b>Documento de Geração e Uso de Dados (KPIs):</b>	Evidências da captação e análise de dados, por meio de relatórios, capturas de tela ou dashboards.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING

- ▶ Ativação de marca em eventos
- ▶ Brindes – ver glossário
- ▶ Campanha de incentivo
- ▶ Campanha de Trade com Ambientação de PDV
- ▶ Campanha Promocional – Ação Promocional
  - Alimentar
  - Não-alimentar
- ▶ Gerenciamento de categorias (GC)
- ▶ Influenciadores Digitais
- ▶ Kit influenciador
- ▶ Retail Media: Indústria, Agências, Fornecedores
- ▶ Sales Kit

## 3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING

## ATIVACÃO DE MARCAS EM EVENTOS

## Justificativas do Projeto:

1. Objetivos da Ativação: Descrever os objetivos específicos da ativação e como eles se alinham com as metas da marca.
2. Estratégia Criativa: Explicar o conceito criativo por trás da ativação e as razões para a escolha das ações e espaços interativos.
3. Táticas de Engajamento e Resultados Alcançados: Detalhar as estratégias utilizadas para engajar o público e dados do sucesso da ativação.

## Critérios de Avaliação:

**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:** Evidências quantitativas ou qualitativas de resultados, como número de interações, alcance de público, taxa de engajamento, impactos percebidos na marca.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

**Fotos da ativação:** De 2 a 10 imagens que evidenciem o espaço, a ambientação, os elementos interativos e a participação do público. Obrigatório fotos reais no pdv.

**Vídeo (opcional):** Conteúdo de até 3 minutos, mostrando o ambiente do evento, a experiência do público e a ativação em funcionamento.

**Nota Fiscal:** Comprovação da produção e implantação do projeto.

### 3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING

## BRINDES

### Justificativas do Projeto:

1. Como o brinde foi concebido em termos de criatividade e originalidade, e de que forma ele está alinhado ao público-alvo e ao posicionamento da marca ou campanha?
2. De que maneira o brinde agrega valor à ação promocional, considerando a qualidade de execução, acabamento, percepção de valor e seu apelo funcional ou emocional?
3. O projeto apresenta boa relação entre escalabilidade e custo? Justifique como o brinde pode ser replicado em maior escala sem comprometer sua eficácia e impacto.

### CrITÉrios de Avaliação:

- Clareza da estratégia e adequação ao público-alvo;
- Criatividade e motivação gerada pela ação;
- Qualidade da execução visual e comunicacional;
- Impacto percebido e resultados apresentados.

### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos do projeto:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo:</b>	Opcional de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

### 3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING

## CAMPANHA DE INCENTIVO:

### Justificativas do Projeto:

1. Qual era o público-alvo e o objetivo principal da campanha de incentivo?
2. Quais estratégias foram utilizadas para engajar e motivar os participantes? (Ex.: premiação, comunicação, gamificação, trilhas, desafios, rankings etc.)
3. Como a campanha foi comunicada e monitorada? (Meios utilizados, plataformas, acompanhamento de desempenho)
4. Quais percepções, aprendizados ou impactos foram observados?(Ex.: aumento de engajamento, relatos internos, alcance de metas)

### Critérios de Avaliação:

- Clareza da estratégia e adequação ao público-alvo;
- Criatividade e motivação gerada pela ação;
- Qualidade da execução visual e comunicacional;
- Impacto percebido e resultados apresentados.

### Documentação: (consultar especificações na página 68)

**Fotos da ativação:** De 2 a 10 imagens: peças gráficas, ambientações, eventos, kits, plataformas.

**Vídeo (opcional):** até 2 minutos com resumo da campanha.

**Nota Fiscal:** Nota fiscal ou documento interno que comprove a implantação do projeto no período.

### 3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING

## CAMPANHA DE TRADE COM AMBIENTAÇÃO DE PDV

### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o objetivo central da campanha de trade e os desafios a serem enfrentados no PDV?
2. Como foi concebida a estratégia de ambientação e execução no ponto de venda?
3. Quais mecânicas promocionais ou incentivos foram utilizados?
4. Quais foram os resultados alcançados?

### Critérios de Avaliação:

**Coerência da Estratégia:** Clareza da proposta e alinhamento com os objetivos da marca e do canal.

**Ambientação e Execução no PDV:** Criatividade e impacto visual na cenografia, uso eficiente de MPDVs e harmonia geral da ambientação.

**Mecânicas de Incentivo e Engajamento:** Efetividade das ações promocionais na mobilização do shopper ou da equipe de vendas.

**Resultados Obtidos:** Evidências de retorno (quantitativo e/ou qualitativo) demonstrando o sucesso da campanha.

### Documentação: (consultar regras página 68)

**Fotos:** De 2 a 10 imagens que demonstrem claramente os materiais aplicados, a cenografia e a execução da campanha.

Obrigatório fotos reais no PDV.

**Vídeo(opcional):** Conteúdo de até 3 minutos.

**Nota Fiscal:** Comprovação da produção e implantação do projeto.

Se possível relatórios e indicadores de performance: Dados de vendas, adesão às mecânicas promocionais, taxa de conversão, alcance ou feedbacks relevantes.

## 3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING

## CAMPANHA PROMOCIONAL – AÇÃO PROMOCIONAL

## Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o objetivo da ação promocional e como ela foi estruturada.
2. Quais elementos e formatos promocionais foram utilizados.
3. Detalhe o resultado atingido, assim como possíveis reverberações no mercado.

## Critérios de Avaliação:

**Conceito e Estratégia Promocional:** Clareza do objetivo, conexão com a marca e relevância da proposta.

**Criatividade e Inovação:** Nível de originalidade da mecânica e da experiência oferecida.

**Engajamento e Experiência do Shopper:** Capacidade da campanha de atrair e reter a atenção do público, estimulando a interação.

**Resultados e Impacto da Ação:** Evidências do sucesso promocional com base em dados quantitativos ou qualitativos.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	De 2 a 10 imagens que mostrem o visual da ação e sua aplicação prática. Obrigatório fotos reais no PDV.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 3 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.
<b>Relatórios e indicadores de performance:</b>	Indicadores como volume de vendas, participação, alcance, engajamento ou outros KPIs relevantes. (não obrigatório)

## 3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING

## GERENCIAMENTO DE CATEGORIAS (GC)

## Justificativas do Projeto:

1. Qual era o objetivo do processo de Gerenciamento por Categorias e quais oportunidades foram identificadas? Descreva brevemente o foco do projeto e os principais pontos de melhoria identificados, como sortimento, exposição e experiência de compra.
2. Quais soluções foram implementadas? Explique as ações aplicadas na organização da categoria e comunicação com o shopper, como planogramas, sinalização, materiais de PDV e ambientações.
3. Quais foram os resultados obtidos? Apresente dados (se houver), como aumento de vendas, tíquete médio, giro e feedbacks de clientes ou fornecedores após a implementação.

## Critérios de Avaliação:

**Clareza do objetivo e diagnóstico do projeto:** Avaliar se o case apresenta um propósito bem definido e identifica oportunidades reais de melhoria no PDV (ex: sortimento, exposição, experiência).

**Qualidade e relevância das soluções implementadas:** As ações descritas estão alinhadas com os princípios do GC e com foco em facilitar a jornada de compra do shopper? Diferenciais criativos ou execução bem adaptada ao contexto contam pontos.

**Resultados e impacto mensurável ou percebido:** Impacto das ações com base em dados concretos (vendas, giro, rupturas) e feedbacks relevantes (clientes, equipe, fornecedores), mesmo que qualitativos.

**Integração entre estratégia e execução:** Considerar se há coerência entre o diagnóstico, as soluções aplicadas e os resultados. Avaliar o nível de profissionalismo e consistência da proposta.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos do projeto:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo:</b>	Opcional de até 2 minutos
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

### 3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING

## INFLUENCIADORES DIGITAIS

### Justificativas do Projeto:

1. Qual era o desafio ou necessidade do cliente (marca)? De que forma o influenciador foi integrado à ativação?
2. Quais materiais de PDV foram desenvolvidos para essa campanha e quais diferenciais técnicos ou criativos foram aplicados?
3. Quais foram os principais resultados percebidos no ponto de venda após a campanha?

### Critérios de Avaliação:

**Estratégia:** Clareza do objetivo e alinhamento com o briefing.

**Criatividade e Inovação:** Nível de originalidade percebido no design, estrutura, materiais e conceito.

**Design e Funcionalidade:** Impacto visual nas imagens; organização, harmonia estética, clareza da exposição de produto.

**Execução:** Fidelidade do projeto executado em relação à proposta; acabamento e qualidade percebida nas fotos.

**Resultados e Performance:** Dados apresentados, contextualização do impacto no PDV e percepção de sucesso (mesmo que qualitativo).

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos do projeto:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Obrigatório:</b>	Imagens da divulgação do influenciador (prints redes sociais)
<b>Vídeo:</b>	Opcional de até 2 minutos. Se possível, inclua dados de engajamento/resultados: visualizações, comentários, interações, alcance, etc. (se disponíveis).
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

**3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING****KIT INFLUENCIADOR****Justificativas do Projeto:**

1. Qual foi o objetivo da ação com o kit e como ela se conectou à estratégia da marca ou campanha?
2. Descreva os componentes do kit: produtos, brindes, materiais impressos, peças interativas, instruções, QR codes, etc.
3. Quais foram os impactos gerados após o envio do kit?

**Critérios de Avaliação:**

**Criatividade e originalidade do kit:** Ideia central, conceito, formato do kit

**Qualidade dos materiais e execução técnica:** Layout, estrutura, linguagem visual e visual merchandising.

**Alinhamento com a identidade da marca ou campanha:** Clareza da mensagem e representatividade do produto/marca.

**Inovação na composição ou entrega**

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro. Prints ou links de publicações feitas pelos influenciadores
<b>Vídeo:</b>	Opcional de até 2 minutos. Se possível, inclua dados de engajamento/resultados: visualizações, comentários, interações, alcance, etc. (se disponíveis).
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

**3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING****RETAIL MEDIA (INDÚSTRIA, AGÊNCIA, FORNECEDORES)****Justificativas do Projeto:**

1. Detalhe a concepção, implementação e execução do projeto de Retail Media, destacando elementos criativos, inovadores e estratégias utilizadas para alcançar os objetivos propostos. Quais canais foram utilizados.
2. Resultados Obtidos: resultados tangíveis e intangíveis alcançados pela campanha, como aumento nas vendas, melhoria na experiência do cliente e impacto na percepção da marca.

**Critérios de Avaliação:**

**Escala e Amplitude do Circuito de Retail Media:** Avalia a dimensão da operação realizada no varejo. (Número de lojas impactadas ou pontos ativados; Volume de telas, displays digitais, totens, canais físicos ou digitais utilizados)

**Cobertura Alcançada**

**Estrutura de Integrações Offline e Online**

**Inovação dos Cases**

**Resultados Obtidos**

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto. Relatórios e métricas de desempenho, se disponíveis (alcance, vendas, engajamento etc.)

### 3. AÇÕES DE TRADE MARKETING E MARKETING

## SALES KIT

### Justificativas do Projeto:

1. Qual era o objetivo do sales kit e qual necessidade ele buscou atender no processo comercial?(O kit foi criado para qual situação: lançamento, portfólio atualizado, expansão comercial, reposicionamento. Qual o público-alvo (equipe de vendas interna, representantes, distribuidores, parceiros)
2. Descreva o conteúdo: catálogos, amostras, displays, folhetos, brindes, apresentações, QR codes, etc.
3. Quais foram os resultados ou benefícios percebidos com o uso do kit no processo de vendas?

### Critérios de Avaliação:

- Funcionalidade e aplicabilidade do kit;
- Design gráfico e estrutural;
- Criatividade;
- Inovação e diferenciais estratégicos;
- Resultados e Impacto no Processo de Vendas.

### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto. Se possível, depoimentos da equipe de vendas ou gestores comerciais.

#### 4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA

**Store Design:** Dedicada ao desenvolvimento de projetos completos de lojas, considerando conceito arquitetônico, experiência de marca, jornada do cliente, operação, mobiliário, iluminação e comunicação integrada ao espaço.

- **Lojas Compactas até 60m<sup>2</sup>**
- **Lojas de Médio Porte — 61m<sup>2</sup> a 150m**
- **Lojas de Grande Porte — 151m<sup>2</sup> a 400m<sup>2</sup>**
- **Megastores — acima de 401m<sup>2</sup>**

**Store Design - Execução:** Dedicada à qualidade de implantação, construção e materialização de projetos de loja, independentemente da metragem.

**Store in Store:** Projetos de espaços voltados à demonstração, experimentação, relacionamento e valorização de produtos, serviços ou marcas, incluindo soluções cenográficas, interativas e experienciais.

**Showroom:** Dedicada a espaços voltados à demonstração, experimentação, relacionamento e valorização de produtos, serviços ou marcas.

**Comunicação Visual de loja:** Dedicada ao desenvolvimento de soluções gráficas, informacionais e narrativas aplicadas ao ambiente de loja, com foco em orientação, comunicação de conteúdo, storytelling e interação visual ao longo da jornada do usuário.

**Wayfinding e Comunicações Perenes;**

**Storytelling e Photo Opportunity;**

**Visual Merchandising:** dedicada ao desenvolvimento de soluções de exposição, cenografia e composição visual para vitrines, fachadas e ambientes internos, com foco na valorização de produtos, na construção de narrativas visuais, na atração de consumidores e no estímulo à compra.

Exposição Criativa de Produtos no Interior da Loja;

Vitrinismo e Fachadas (externas).

Quiosques e Unidades Móveis: dedicada a formatos compactos, modulares, temporários ou itinerantes, voltados a varejo, serviços, ativações ou relacionamento com o consumidor.

**Rollout e Adaptação de Conceitos:** dedicada à expansão, adaptação e replicação de conceitos para múltiplas unidades, formatos ou localidades.

**Importante:** A utilização do glossário ou contato com a equipe contribui para minimizar ou evitar possíveis reclassificações ou desclassificações por enquadramento inadequado.

## 4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA

### STORE DESIGN

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o objetivo do projeto?(Nova loja, expansão, reposicionamento, modernização, etc.)
2. Qual conceito criativo guiou o projeto e como ele representa a identidade da marca?
3. Como o layout e a ambientação foram pensados para melhorar a jornada do cliente?
4. Quais diferenciais foram aplicados no design, materiais ou tecnologias?

#### CrITÉrios de Avaliação:

- 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.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10. Fotos do projeto com o antes(caso seja aplicável) e depois execução.
<b>VÍdeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal ou ART:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

**4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA****STORE DESIGN - EXECUÇÃO****Justificativas do Projeto:**

1. Qual foi o escopo da execução realizada pela sua empresa? (Fabricação de mobiliário, montagem da loja, instalação de materiais, etc.)
2. Qual era o conceito a ser executado e quais os principais desafios técnicos do projeto?
3. Como foi garantida a fidelidade ao projeto original e a qualidade da entrega?
4. Quais soluções técnicas ou produtivas foram aplicadas para otimizar o processo?
5. Quais foram os resultados e percepções do cliente após a entrega? (Feedback, tempo de execução, ajustes no campo, etc.)

**Critérios de Avaliação:**

**Qualidade técnica percebida nas imagens enviadas:** Acabamento, montagem, fidelidade ao projeto original;

**Execução funcional e aderente ao layout da loja:** Alinhamento com os fluxos, expositores, operação;

**Criatividade ou soluções técnicas aplicadas:** Ajustes construtivos, materiais alternativos, ganho de eficiência;

**Complexidade e escala da entrega:** Loja piloto, rede, loja de grande porte ou conceito inédito;

**Documentação visual clara para avaliação online:** Boa apresentação do projeto por meio de fotos e vídeo (se enviado).

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10. Fotos do projeto com o antes (caso seja aplicável) e depois execução.
<b>Vídeo (opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA

### STORE IN STORE

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o objetivo do projeto Store in Store? (Posicionamento, visibilidade, experiência de marca, aumento de presença etc.)
2. Como o espaço foi planejado dentro da loja parceira? (Categoria, localização, limitação física, integração com o layout)
3. Quais elementos de marca e ambientação foram utilizados? (Mobiliário, cores, materiais, iluminação, comunicação, exposição de produtos)
4. Como o projeto se destacou dentro do ponto de venda? (Atratividade, diferenciação, integração com o shopper journey)
5. Quais resultados ou percepções foram observados? (Fluxo, percepção da marca, aumento de permanência, vendas etc. (se disponível))

#### Critérios de Avaliação:

- 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.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA

### SHOWROOM

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual era o principal objetivo do showroom? (Apresentação de portfólio, lançamento de produtos, relacionamento com clientes, demonstração de soluções, fortalecimento da marca, etc.)
2. Como o conceito criativo e a ambientação foram desenvolvidos para valorizar a experiência com a marca, produtos ou serviços?
3. Quais recursos foram utilizados para promover demonstração, experimentação e interação com os visitantes? (Tecnologia, mobiliário, iluminação, cenografia, conteúdos interativos, entre outros.)
4. Como o layout e a organização do espaço contribuíram para a jornada do visitante e para a compreensão dos diferenciais da marca?
5. Quais resultados ou percepções foram observados após a implantação do showroom? (Engajamento, permanência, geração de negócios, fortalecimento de relacionamento, percepção de marca, etc.)

#### Critérios de Avaliação:

- Impacto e engajamento da experiência;
- Criatividade e inovação do conceito;
- Valorização e demonstração da marca, produtos ou serviços;
- Integração entre espaço, narrativa e identidade da marca;
- Qualidade de execução e acabamento.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA

### COMUNICAÇÃO VISUAL DE LOJA WAYFINDING E COMUNICAÇÕES PERENES

#### Justificativas do Projeto:

1. Descrever os objetivos específicos da sinalização e setorização, como melhorar a navegação ou destacar áreas específicas.
2. Escolha dos Materiais: Justificar a escolha dos materiais utilizados, destacando sua durabilidade e adequação ao ambiente da loja.
3. Design Visual: Explicar o conceito visual e como ele se alinha com a identidade da marca.

#### Critérios de Avaliação:

**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.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA

**COMUNICAÇÃO VISUAL DE LOJA**  
STORYTELLING E PHOTO OPPORTUNITY**Justificativas do Projeto:**

1. Conceito de Ambientação: Descrever o conceito e a visão por trás dos painéis, espaços de storytelling/timeline e demais elementos gráficos.
2. Relação com a marca: Explicar como a ambientação reflete e reforça a identidade da marca.
3. Detalhe o resultado atingido, assim como possíveis reverberações no mercado.

**Critérios de Avaliação:**

**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.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

**4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA****VISUAL MERCHANDISING**  
**VITRINISMO E FACHADAS****Justificativas do Projeto:**

1. Qual era o conceito ou mensagem da vitrine/fachada?
2. Quais elementos visuais foram utilizados? (Cores, materiais, iluminação, narrativa, interação com o público)
3. Como o projeto se destacou no ambiente externo e atraiu o consumidor?

**Critérios de Avaliação:**

- Critérios de Avaliação:
- Impacto visual e poder de atração
- Clareza da mensagem transmitida
- Criatividade e uso dos elementos visuais
- Acabamento e atenção aos detalhes perceptíveis nas imagens
- Coerência com o posicionamento da marca

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA

### VISUAL MERCHANDISING

#### EXPOSIÇÃO CRIATIVA DE PRODUTOS NO INTERIOR DA LOJA

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual era o objetivo da ambientação interna? (Organizar categorias, valorizar sortimento, criar áreas temáticas)
2. Quais elementos foram utilizados? ( Mobiliário, displays, agrupamento por uso/ocasião, sinalização)
3. Como o projeto favoreceu a experiência e a decisão de compra?
4. Quais impactos foram observados? (Ex.: vendas, fluxo, percepção da loja, engajamento)

#### Crítérios de Avaliação:

- Organização e clareza da exposição;
- Criatividade e ambientação alinhada à marca;
- Impacto visual percebido pelas imagens;
- Coerência com o layout geral da loja: Integração entre mobiliário, VM e fluxo da loja;
- Qualidade técnica nas imagens apresentadas.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA

### QUIOSQUES E UNIDADES MÓVEIS

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual era o objetivo do projeto? (Nova unidade, expansão de canal, ativação de marca, etc.)
2. Onde o quiosque ou loja móvel foi implantado e qual o contexto de uso? (Shopping, evento, espaço urbano, itinerante, etc.)
3. Como o design e o layout foram pensados para atrair, atender e engajar o cliente?
4. Quais diferenciais foram aplicados em termos de funcionalidade, montagem, materiais ou soluções criativas?

#### CrITÉrios de Avaliação:

- Criatividade e identidade da marca;
- Funcionalidade e otimização do espaço;
- Inovação e diferenciais.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>VÍdeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 4. PROJETOS PARA DESIGN E ARQUITETURA DE LOJA

### ROLLOUTS E ADAPTAÇÃO DE CONCEITO

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o escopo do rollout? (Número de lojas, regiões atendidas, canais ou formatos envolvidos)
2. Qual era o objetivo principal da ação? (Padronização, reposicionamento, expansão, atualização de conceito, etc.)
3. Como o projeto garantiu padronização, agilidade e qualidade na execução?
4. Quais soluções foram aplicadas em design, mobiliário, visual merchandising ou ambientação?
5. Quais foram os resultados obtidos com o projeto? (Dados operacionais, percepção do shopper, vendas, visibilidade, feedbacks)

#### Critérios de Avaliação:

- 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.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 5. ECOEFICIÊNCIA

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

**Esta categoria reconhece projetos que demonstrem, de forma comprovada, ganhos relevantes de sustentabilidade por meio da redução do impacto ambiental ao longo de seu ciclo de vida, incluindo concepção, produção, logística, montagem, utilização, desmontagem, reutilização, reciclagem ou descarte. Serão avaliadas iniciativas que promovam a racionalização do uso de recursos, tais como matérias-primas, energia, água, embalagens, transporte e geração de resíduos, bem como soluções que apresentem benefícios ambientais mensuráveis em comparação às práticas convencionais do mercado.**

A simples utilização de materiais reciclados, recicláveis, certificados ou considerados sustentáveis não caracteriza, isoladamente, um projeto de Ecoeficiência e não constitui critério suficiente para enquadramento nesta categoria.

**Para ser elegível, o projeto deverá demonstrar que a ecoeficiência representa um diferencial relevante de sua concepção ou execução**, apresentando evidências concretas de redução de impactos ambientais, otimização de recursos, aumento da reutilização, redução de emissões, melhoria logística ou outros benefícios ambientais mensuráveis.

A Comissão Organizadora e/ou o Júri poderão reclassificar ou indeferir inscrições que não apresentem elementos suficientes para caracterização da Ecoeficiência como atributo central e diferenciador do projeto.

Os grupos desta categoria concorrem sem subdivisão por **Tempo de Permanência**.

**5. ECOEFICIÊNCIA****Justificativas do Projeto:**

1. Qual foi o desafio ou contexto do projeto e como a sustentabilidade foi integrada desde a concepção?
2. Quais práticas, materiais ou soluções sustentáveis foram adotadas no projeto?
3. Quais foram os resultados e benefícios ambientais, sociais ou econômicos gerados pela solução?

**Critérios de Avaliação:**

- 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).

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto. Relatórios ambientais ou dados comparativos, se disponíveis (ex: % de reaproveitamento, redução de consumo etc.). Certificados, selos ou validações de fornecedores, se houver.

## 6. RETAIL FUTURE BY MONDELEZ

O **Prêmio POPAI Brasil 2026**, Categoria Retail Future, tem como objetivo estimular a inovação e a criatividade de estudantes do ensino superior em todo o Brasil. Os participantes deverão desenvolver projetos relacionados a conceitos de marketing de varejo e shopper experience, com base no briefing fornecido pela Mondelez Brasil Ltda., focando na criação de cases que tragam novas soluções para o ponto de venda (PDV) do varejo alimentar, a fim de potencializar a venda dos produtos Mondelez Brasil.

Poderão participar estudantes regularmente matriculados em cursos de graduação e técnico reconhecidos pelo Ministério da Educação (MEC), pertencentes a instituições de ensino superior em território nacional.

**Consulte informações e regulamento no site.**

## 7. INTERNACIONAL

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

## 7. INTERNACIONAL

## Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o desafio ou briefing apresentado pelo cliente? Descreva o contexto do projeto e o objetivo principal a ser alcançado.
2. Qual foi a solução desenvolvida? Destaque os diferenciais do display ou peça, tanto no aspecto estrutural (materiais, montagem, usabilidade) quanto no aspecto criativo (design, visual, conceito).
3. Quais foram os resultados obtidos? Apresente evidências quantitativas e/ou qualitativas de performance no PDV, como impacto visual, aumento de vendas, engajamento do shopper ou replicabilidade do projeto.

## Critérios de Avaliação:

**Estratégia:** Clareza do objetivo e alinhamento com o briefing.

**Criatividade e Inovação:** Nível de originalidade percebido no design, estrutura, materiais e conceito.

**Design e Funcionalidade:** Impacto visual nas imagens; organização, harmonia estética, clareza da exposição de produto.

**Execução:** Fidelidade do projeto executado em relação à proposta; acabamento e qualidade percebida nas fotos.

**Resultados e Performance:** Dados apresentados, contextualização do impacto no PDV e percepção de sucesso (mesmo que qualitativo).

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 8. 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 Signage e Digital Out of home;
- ▶ Live Commerce Experience.

**8. ECONOMIA DIGITAL**

Com exceção de “Digital Signage e Digital Out Of Home” e “Live Commerce”

**Justificativas do Projeto:**

1. Qual foi a problemática e/ou oportunidade que inspirou o projeto?
2. Qual foi a solução de negócios desenvolvida e seus apoios tecnológicos e operacionais?
3. Experiência idealizada e seus pontos altos juntos ao consumidor/usuário.

**Critérios de Avaliação:****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

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Subcategoria</b>	
<b>Digital Commerce:</b>	Comprovação que o processo foi digitalizado.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

## 8. ECONOMIA DIGITAL

**DIGITAL SIGNAGE E DIGITAL OUT OF HOME****Justificativas do Projeto:**

1. Descrição detalhada do projeto, incluindo objetivos e estratégias.
2. Infraestrutura, Hardwares utilizados, tamanho da rede.
3. Resultados e impactos Alcançados

**CrITÉrios de Avaliação:**

**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.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo 2, máximo 10 1 foto no PDV (obrigatório) 1 Foto com fundo neutro.
<b>Vídeo(opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

**8. ECONOMIA DIGITAL****LIVE COMMERCE****Justificativas do Projeto:**

1. Qual foi o objetivo do projeto de Live Commerce e qual foi a estratégia de conteúdo adotada?
2. Como o merchandising digital foi integrado à transmissão ao vivo?
3. Quais resultados foram obtidos com a ação?

**CrITÉrios de Avaliação:**

- Estratégia e planejamento da ação;
- Integração do merchandising digital;
- Interatividade e engajamento;
- Qualidade técnica e narrativa da experiência ao vivo;
- Resultados alcançados.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

Link da live (obrigatório) ou trecho editado em vídeo de até 2 minutos.

Prints, gráficos e capturas de tela com indicadores de performance (alcance, vendas, visualizações etc.).

Imagens (mínimo 2, máximo 10) de bastidores, interface digital, plataforma e divulgação.

Nota Fiscal referente ao projeto ou serviço prestado.

## 9. ESG - ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE

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

**9. ESG - ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE****Justificativas do Projeto:**

1. Descrição detalhada do projeto, incluindo objetivos e estratégias.
2. ODS atendidos
3. Resultados alcançados

**CrITÉrios de Avaliação:**

**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.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

**Fotos:** Mínimo 2, máximo 10  
1 foto no PDV (obrigatório)  
1 Foto com fundo neutro.

**VÍdeo(opcional):** Conteúdo de até 2 minutos.

**Nota Fiscal:** Comprovação da produção e implantação do projeto.  
Relatórios que comprovem a implementação e os benefícios do projeto.

**10. EXCELÊNCIA NO TRADE****▶ Eficiência:**

Prêmio para projetos que destacam alto desempenho em eficiência operacional, com aplicação de inteligência de campo e foco em retorno sobre investimento (ROI).

**Quem pode participar:** Agências de trade marketing e merchandising; indústrias/marcas; empresas de tecnologia e desenvolvimento de software.

**▶ Excelência Comercial:**

Reconhece iniciativas que geraram resultados comerciais expressivos para a marca, como aumento de vendas, participação de mercado ou expansão de distribuição.

**Quem pode participar:** Agências de trade marketing e merchandising; indústrias/marcas; empresas de tecnologia e desenvolvimento de software.



**10. EXCELÊNCIA NO TRADE****EFICIÊNCIA****Justificativas do Projeto:**

1. Descreva o projeto submetido, destacando os objetivos, escopo e período de execução.
2. Quais ganhos operacionais foram comprovados? (ex.: aumento de cobertura, produtividade, redução de custos, roteirização eficiente). Apresente números.
3. Houve integração de modelos ou ferramentas de execução de merchandising? Quais?
4. Quais indicadores de desempenho foram acompanhados? Apresente dados objetivos (ex.: visitas por dia, tempo médio em loja, ROI).
5. Como a tecnologia ou software foi utilizada para alcançar os resultados? Cite o nome da solução utilizada e a empresa desenvolvedora, caso não seja uma solução proprietária.
6. Como os processos foram otimizados e qual foi o impacto disso na operação?

**Critérios de Avaliação:**

- Clareza do desafio e estruturação do projeto;
- Ganhos operacionais comprovados;
- Uso estratégico de tecnologia;
- Otimização de processos e impacto na rotina de campo.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Imagens ou prints de sistemas, dashboards, ferramentas utilizadas.
<b>Vídeo (opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos, demonstrando a solução ou seus efeitos na rotina operacional.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto. Nota Fiscal vinculada ao projeto.

**10. EXCELÊNCIA NO TRADE****EXCELÊNCIA COMERCIAL****Justificativas do Projeto:**

1. Qual era o desafio inicial e qual o objetivo principal da ação?
2. Descreva como a iniciativa impactou os resultados comerciais da marca (ex.: crescimento em vendas, volume, participação de mercado ou distribuição).
3. Como o conceito de “Perfect Store” foi aplicado ou reforçado na execução deste projeto?
4. Quais os resultados alcançados? Inclua dados comparativos com períodos anteriores, se possível.
5. Explique claramente a relação entre as ações realizadas e os resultados obtidos.
6. Houve uso de tecnologia ou software? Se sim, cite o nome do fornecedor e explique a funcionalidade.

**Critérios de Avaliação:**

- Clareza estratégica e relevância comercial do projeto: Objetivo claro e conexão com metas reais de negócio.
- Força dos resultados comerciais obtidos: Indicadores robustos de vendas, crescimento, cobertura ou market share.
- Aplicação do conceito de Perfect Store;
- Integração entre execução e resultado: Relação clara entre as ações de campo e os resultados entregues.
- Uso de tecnologia e inteligência de dados.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

**Fotos:** Mínimo de 2, máximo de 10 imagens.

**Vídeo (opcional):** Conteúdo de até 2 minutos.

Gráficos ou relatórios de desempenho comercial.

## 10. EXCELÊNCIA NO TRADE

### EXECUÇÃO

- ▶ Melhor Execução Criativa – Canal Farma
- ▶ Melhor Execução Criativa – Canal Alimentar
- ▶ Melhor Execução Criativa – Canal Construção & Home Center ou outros canais

**10. EXCELÊNCIA NO TRADE****EXECUÇÃO****Justificativas do Projeto:**

1. Descreva brevemente o contexto da ação e o objetivo da execução no ponto de venda.
2. Quais elementos criativos e originais foram utilizados na exposição do produto/marca?
3. Como a execução se alinhou aos guidelines e identidade da marca?
4. Quais estratégias de organização do espaço foram aplicadas para gerar impacto visual?
5. Quais os resultados percebidos com a execução (ex.: aumento de visibilidade, organização, impacto nas vendas)?

**Critérios de Avaliação:**

- Criatividade e originalidade na exposição;
- Aderência às diretrizes da marca;
- Organização e impacto visual no ponto de venda;
- Utilização de, no máximo, 30% de materiais de PDV (MPDV);
- Apresentação de provas obrigatórias (fotos).

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

**Fotos:** Mínimo de 2, máximo de 10 imagens.  
Obrigatória 1 foto no pdv.  
Obrigatória 1 foto com fundo neutro.

**Vídeo (opcional):** Conteúdo de até 2 minutos.

Carta de anuência (modelo Popai) da indústria ou da agência autorizando e validando a inscrição.

## 11. PROJETOS VAREJISTAS

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

**11. PROJETOS VAREJISTAS****CAMPANHA PROMOCIONAL****Justificativas do Projeto:**

1. Qual foi o objetivo da ação ou projeto? O projeto visava posicionamento, fidelização, ambientação, visibilidade, experiência de marca?
2. Como foi desenvolvida e executada a solução internamente?
3. Quais resultados ou percepções foram obtidos após a implantação? Cite dados relevantes: aumento de tráfego, impacto em vendas, percepção do cliente, permanência média, pesquisa NPS, repercussão.

**Critérios de Avaliação:**

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

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

**Fotos:** Mínimo de 2, máximo de 10 imagens.  
Obrigatória 1 foto no pdv.

Obrigatória 1 foto com fundo neutro ..

**Vídeo (opcional):** Conteúdo de até 2 minutos.

Nota Fiscal ou outro documento que comprove a implantação.

**11. PROJETOS VAREJISTAS****MOBILIÁRIO NÃO PROMOCIONAL****Justificativas do Projeto:**

1. Qual foi o objetivo do mobiliário desenvolvido e qual a necessidade que ele buscou atender?
2. Quais diferenciais funcionais, técnicos ou estéticos o projeto apresentou? Destaque soluções como modularidade, ergonomia, acessibilidade, materiais sustentáveis, integração com tecnologia ou sinalização, entre outros.

**Critérios de Avaliação:**

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

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo de 2, máximo de 10 imagens. Obrigatória 1 foto no pdv. Obrigatória 1 foto com fundo neutro.
<b>Vídeo (opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.

**11. PROJETOS VAREJISTAS****RETAIL MEDIA (VAREJO)****Justificativas do Projeto:**

1. 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.
2. Resultados Obtidos: resultados tangíveis e intangíveis alcançados pela campanha, como aumento nas vendas, melhoria na experiência do cliente e impacto na percepção da marca.

**Critérios de Avaliação:**

- Escala e Amplitude do Circuito de Retail Media: Avalia a dimensão da operação realizada no varejo. (Número de lojas impactadas ou pontos ativados; Volume de telas, displays digitais, totens, canais físicos ou digitais utilizados) Cobertura Alcançada;
- Estrutura de Integrações Offline e Online;
- Inovação dos Cases;
- Resultados Obtidos.

**Documentação:** (consultar especificações na página 68)

- Fotos:** Mínimo de 2, máximo de 10 imagens  
Obrigatória 1 foto no pdv.  
Obrigatória 1 foto com fundo neutro
- Vídeo (opcional):** até 2 minutos
- Nota Fiscal:** Comprovação da produção e implantação do projeto  
Se possível, inclua prints, links ou dados mensuráveis.

## 12. STARTUPS

- ▶ Soluções Integradas ao ecossistema do Varejo.

## 12. STARTUPS

### SOLUÇÕES INTEGRADAS AO ECOSISTEMA DO VAREJO

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual é a solução apresentada pela startup e qual problema específico do varejo ela busca resolver? (Descreva de forma concisa o que sua solução faz. Qual a dor ou desafio do varejo ela endereça (ex: operação, comunicação, vendas, gestão, logística)?)
2. Apresente indicadores de impacto mensuráveis (ex: aumento de vendas, redução de custos, agilidade, precisão, engajamento).

#### CrITÉrios de Avaliação:

**Inovação:** A solução é inovadora em termos de projeto, desenvolvimento e execução?!

**Desafio:** A solução de fato resolve um problem ou uma dor?!.

**Impacto no Negócio:** A solução proporciona vantagens mercadológicas, econômicas, fortalecimento da marca, visibilidade e conquista de clientes, entre outros?!

#### Documentação:

Imagens e/ou vídeos demonstrando a solução.  
Cartão CNPJ

**13. CATEGORIA SAZONAL – CASES COPA DO MUNDO 2026**

- ▶ Displays
- ▶ Ambientação e Experiência de Loja
- ▶ Campanhas Promocionais e Trade Marketing
- ▶ Tecnologia e Interatividade no PDV
- ▶ Licenciamento e Collabs Temáticas
- ▶ Execução (Promotor de Vendas)

**Nova Categoria Sazonal – Cases Copa do Mundo 2026** 

**Categoria sazonal e temporária do Prêmio POPAI Brasil 2026** criada para reconhecer os melhores projetos, ativações, campanhas, experiências e execuções de varejo inspiradas ou relacionadas à **Copa do Mundo FIFA 2026**.

A categoria tem como objetivo valorizar iniciativas que utilizem o universo da **Copa do Mundo** como plataforma estratégica de conexão entre marcas, varejo e shoppers, promovendo experiências diferenciadas no ponto de venda físico, digital ou omnichannel.

Poderão concorrer projetos desenvolvidos para campanhas temáticas da **Copa do Mundo**, incluindo displays, ambientações, campanhas promocionais, experiências imersivas, ativações tecnológicas, ações de trade marketing, collabs, projetos licenciados e execuções no PDV.

A categoria será válida exclusivamente para a edição 2026 do prêmio.

Os projetos inscritos nesta categoria não concorrerão por tempo de permanência.

Projetos oficiais e não oficiais poderão concorrer, desde que respeitem os direitos de propriedade intelectual aplicáveis

Os projetos deverão demonstrar conexão clara e intencional com a temática da **Copa do Mundo FIFA 2026**, seja por meio de comunicação, ambientação, mecânica promocional, licenciamento, experiência ou estratégia comercial.

O mesmo projeto poderá ser inscrito em outras categorias, desde que atenda aos critérios de elegibilidade de cada uma delas.

Caso o projeto também seja inscrito em outra categoria, deverá cumprir integralmente as regras e exigências específicas da respectiva categoria.

## 13. CATEGORIA SAZONAL – CASES COPA DO MUNDO 2026

### DISPLAYS

#### PROJETOS DE DISPLAYS E MATERIAIS DE MERCHANDISING RELACIONADOS À COPA DO MUNDO.

- Displays em geral
- Ilhas promocionais
- Ponta de gôndola
- Materiais de merchandising

### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o desafio ou objetivo da campanha relacionada à Copa do Mundo e qual o papel do display ou material de merchandising na estratégia?
2. Quais diferenciais criativos, estruturais e visuais foram desenvolvidos para conectar a marca ao universo da Copa do Mundo?
3. Quais foram os resultados obtidos no ponto de venda, considerando visibilidade, engajamento, vendas ou experiência do shopper?

### CrITÉrios de Avaliação:

A solução é inovadora em termos de projeto, desenvolvimento e execução?!

- Estratégia e alinhamento com os objetivos da campanha;
- Criatividade e relevância temática;
- Design, impacto visual e destaque no PDV;
- Qualidade de execução e funcionalidade;

### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo de 2, máximo de 10 imagens. Obrigatória 1 foto no pdv.
<b>Vídeo (opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto. Cartão CNPJ.

## 13. CATEGORIA SAZONAL – CASES COPA DO MUNDO 2026

### AMBIENTAÇÃO E EXPERIÊNCIA DE LOJA

#### PROJETOS DE AMBIENTAÇÃO TEMÁTICA E SHOPPER EXPERIENCE NO PDV.

- Ambientação de loja
- Store in store temático
- Comunicação visual
- Visual merchandising
- Fan zones
- Experiências imersivas
- Cenografia promocional
- Retail experience
- Experiências phygital
- Experiências sensoriais

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual era o objetivo da ambientação e qual experiência foi planejada para o shopper durante o período da Copa?
2. Quais elementos visuais, sensoriais e interativos foram utilizados para criar uma experiência diferenciada?
3. Quais impactos foram observados em termos de engajamento, permanência, percepção da marca ou resultados comerciais?

#### Critérios de Avaliação:

- Conceito e experiência proporcionada ao shopper;
- Criatividade, imersão e ambientação temática;
- Integração com a identidade da marca;
- Qualidade visual e execução;
- Engajamento e resultados obtidos.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo de 2, máximo de 10 imagens. Obrigatória 1 foto no pdv.
<b>Vídeo (opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.
<b>Complementos:</b>	Relatórios e indicadores de performance (quando aplicável); Materiais complementares que comprovem resultados ou engajamento da campanha.

## 13. CATEGORIA SAZONAL – CASES COPA DO MUNDO 2026

### **CAMPANHAS PROMOCIONAIS E TRADE MARKETING** **PROJETOS DE AMBIENTAÇÃO TEMÁTICA E SHOPPER EXPERIENCE NO PDV.**

Campanhas promocionais e ativações comerciais relacionadas à Copa do Mundo.

- Compre & ganhe
- Sorteios
- Campanhas de incentivo
- Retail media
- Live commerce
- Promoções omnichannel
- Ações em eventos

#### **Justificativas do Projeto:**

1. Qual foi o objetivo da campanha e como a Copa do Mundo foi utilizada como plataforma estratégica de comunicação e engajamento?
2. Quais mecânicas promocionais, ações de trade ou canais de comunicação foram utilizados?
3. Quais resultados foram alcançados em termos de participação, vendas, alcance, engajamento ou percepção da marca?

#### **Critérios de Avaliação:**

- Estratégia promocional;
- Criatividade e inovação da mecânica;
- Integração entre canais e pontos de contato;
- Qualidade da execução;
- Resultados e impacto da campanha.

#### **Documentação:** (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo de 2, máximo de 10 imagens. Obrigatória 1 foto no pdv.
<b>Vídeo (opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.
<b>Complementos:</b>	Relatórios e indicadores de performance (quando aplicável); Indicadores quantitativos serão valorizados quando disponíveis, mas não constituem requisito obrigatório para elegibilidade; Materiais complementares que comprovem resultados ou engajamento da campanha.

## 13. CATEGORIA SAZONAL – CASES COPA DO MUNDO 2026

### TECNOLOGIA E INTERATIVIDADE NO PDV

#### PROJETOS TECNOLÓGICOS APLICADOS À EXPERIÊNCIA DO SHOPPER DURANTE A COPA.

- Gamificação
- Tecnologia aplicada ao PDV
- Digital signage temático
- Experiências interativas
- Ativações digitais
- Inteligência interativa
- Soluções phygital com tecnologia embarcada

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o desafio da marca e como a tecnologia foi utilizada para enriquecer a experiência do shopper durante a Copa do Mundo?
2. Quais recursos tecnológicos ou interativos foram implementados e como funcionavam na prática?
3. Quais resultados foram observados em termos de interação, engajamento, experiência ou conversão?

#### Critérios de Avaliação:

- Inovação tecnológica;
- Interatividade e engajamento;
- Usabilidade e experiência do shopper;
- Integração da tecnologia à campanha;
- Resultados e indicadores apresentados.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo de 2, máximo de 10 imagens. Obrigatória 1 foto no pdv.
<b>Vídeo (opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.
<b>Complementos:</b>	Relatórios e indicadores de performance (quando aplicável); Materiais complementares que comprovem resultados ou engajamento da campanha.

## 13. CATEGORIA SAZONAL – CASES COPA DO MUNDO 2026

### LICENCIAMENTO E COLLABS TEMÁTICAS

PROJETOS REALIZADOS COM PROPRIEDADES LICENCIADAS, INFLUENCIADORES, SELEÇÕES, CREATORS OU COLLABS ESPECIAIS.

- Collabs entre marcas
- Kits promocionais
- Embalagens especiais
- Edições limitadas
- Influenciadores e creators

### Justificativas do Projeto:

1. Qual foi o objetivo da collab, parceria ou projeto licenciado e como ela se relacionou com o contexto da Copa do Mundo?
2. Como os elementos licenciados, influenciadores, creators ou parceiros agregaram valor à experiência da marca e do consumidor?
3. Quais resultados foram alcançados em termos de visibilidade, engajamento, vendas ou fortalecimento da marca?

### CrITÉrios de Avaliação:

- Relevância estratégica da parceria;
- Criatividade da colaboração;
- Integração entre marcas, licenciados ou creators;
- Qualidade da execução;
- Resultados e impacto gerado.

### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo de 2, máximo de 10 imagens. Obrigatória 1 foto no pdv.
<b>Vídeo (opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Comprovação da produção e implantação do projeto.
<b>Complementos:</b>	Relatórios e indicadores de performance (quando aplicável); Indicadores quantitativos serão valorizados quando disponíveis, mas não constituem requisito obrigatório para elegibilidade Materiais complementares que comprovem resultados ou engajamento da campanha.

## 13. CATEGORIA SAZONAL – CASES COPA DO MUNDO 2026

### EXECUÇÃO (PROMOTOR DE VENDAS)

RECONHECIMENTO PARA EXCELÊNCIA DE EXECUÇÃO NO PDV EM CAMPANHAS RELACIONADAS À COPA DO MUNDO.

#### Justificativas do Projeto:

1. Qual era o objetivo da execução no ponto de venda e quais desafios foram enfrentados durante a campanha da Copa do Mundo?
2. Como a equipe garantiu excelência na implementação dos materiais, exposição dos produtos e experiência visual da campanha?
3. Quais resultados ou impactos foram percebidos após a execução da ação no PDV?

#### CrITÉrios de Avaliação:

- Qualidade da execução no PDV;
- Criatividade na exposição e organização dos materiais;
- Aderência aos guidelines da campanha;
- Impacto visual e experiência do shopper;
- Resultados percebidos na operação e no ponto de venda.

#### Documentação: (consultar especificações na página 68)

<b>Fotos:</b>	Mínimo de 2, máximo de 10 imagens. Obrigatória 1 foto no pdv.
<b>VÍdeo (opcional):</b>	Conteúdo de até 2 minutos.
<b>Nota Fiscal:</b>	Carta de anuência.

# Inscrição

## 1. Como Participar

Para inscrever um ou mais projetos, siga os passos abaixo:

1. Acesse o site: [premio.popai brasil.com.br](http://premio.popai brasil.com.br)
2. Realize seu cadastro na plataforma.
3. Escolha a(s) categoria(s) desejada(s) e selecione a quantidade de créditos.
4. Efetue a compra dos créditos.
5. Realize o pagamento da(s) taxa(s) de inscrição.
6. Preencha o **Formulário de Inscrição** para cada projeto.

**Importante:** O envio/finalização da inscrição só será permitido após a compra e o pagamento dos créditos.

## 2. Preenchimento da Ficha de Inscrição

- ▶ Informe o **título do projeto, cliente (marca) e empresa participante** com atenção aos detalhes (ortografia, acentuação, caixa alta/baixa). Esses dados serão utilizados na **placa do troféu**, caso o projeto seja premiado.
- ▶ Responda a **todas as perguntas da defesa** com clareza, objetividade e informações relevantes, respeitando o limite de **até 1.200 caracteres por campo**.
- ▶ A **qualidade do texto, imagens e vídeos enviados** é de responsabilidade exclusiva do participante.
- ▶ É possível **salvar e continuar o preenchimento posteriormente**, antes de enviar a inscrição.

## 3. Inscrição em Múltiplas Categorias

- ▶ Caso deseje inscrever o mesmo projeto em mais de uma categoria, será necessário:

- Verificação prévia da possibilidade de inscrição do mesmo projeto em outra categoria.
- Preencher uma ficha de inscrição separada para cada categoria;
- Efetuar o pagamento correspondente a cada nova inscrição.

**Atenção:** Nem todas as categorias permitem o mesmo tipo de projeto. É responsabilidade do participante analisar cuidadosamente o regulamento e as descrições das categorias antes de realizar múltiplas inscrições com o mesmo projeto.

## 4. Projetos Inscritos por Múltiplas Empresas

- ▶ Caso **duas ou mais empresas inscrevam o mesmo projeto** na mesma categoria, a organização considerará **uma única inscrição para avaliação**.
- ▶ Se o projeto for premiado:
  - **Todas as empresas serão convidadas** para a cerimônia de premiação;
  - Cada empresa receberá um **troféu personalizado**;
  - Todas serão mencionadas nas **divulgações oficiais**;
  - Cada uma poderá **subir ao palco** para receber o reconhecimento.

## **ATENÇÃO**

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

- ▶ Imagens: Tamanho máximo de **2MB** em formato .JPG, .PNG.
- ▶ Nota Fiscal: Tamanho máximo de 2MB em formato de PDF. A nota fiscal deverá ter sido faturada dentro do período compreendido entre 1º de junho de 2025 à 05 de setembro de 2026. (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).
- ▶ Fotos e vídeos sem qualquer identificação além da marca participante.





## Quesitos de Avaliação

### Notas de Corte e Premiação:

Para ser elegível ao Prêmio POPAI Brasil 2026, o projeto deve atingir a nota mínima de corte, conforme estabelecido pelo Comitê Organizador, com base na média histórica e na qualidade dos projetos inscritos.

Receberão troféus apenas os três projetos com maior pontuação total em cada Categoria, Grupo e Subgrupo, desde que cumpram os critérios técnicos e tenham atingido a nota de corte.



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



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



**Prêmio 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.

### Critério de Desempate:

Em caso de empate na pontuação final entre dois ou mais projetos, o desempate será definido pela maior nota obtida no primeiro critério de avaliação da respectiva categoria.

Persistindo o empate, serão consideradas, sucessivamente, as notas dos demais critérios de avaliação, respeitando a ordem em que estão apresentados no regulamento da categoria.

Caso o empate permaneça após a análise de todos os critérios, caberá ao Comitê Organizador do Prêmio POPAI Brasil deliberar sobre o desempate.

## Troféus Especiais:

Além dos vencedores por categoria, serão concedidos **quatro troféus especiais** aos projetos que obtiverem a maior nota em suas respectivas categorias principais:

### **Display do Ano**

Premiação concedida ao projeto com a **maior nota da Categoria 1**

### **Projeto Especial do Ano**

Premiação concedida ao projeto com a **maior nota da Categoria 2**

### **Ação Promocional do Ano**

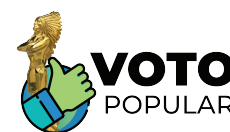
Premiação concedida ao projeto com a **maior nota da Categoria 3**

### **Store Design do Ano**

Premiação concedida ao projeto com a **maior nota da Categoria 4**

 A apuração será baseada na **pontuação total obtida na avaliação dos jurados técnicos**, seguindo os critérios estabelecidos no regulamento do prêmio.

Esses troféus têm como objetivo reconhecer a **excelência máxima** em cada uma das frentes estratégicas do ponto de venda.



## Voto popular

- ▶ A premiação do Voto Popular é uma **modalidade paralela e independente** da avaliação técnica realizada pelos jurados.
- ▶ A votação popular elegerá um único vencedor, entre todos os projetos regularmente inscritos no prêmio.
- ▶ O projeto vencedor do Voto Popular receberá um **troféu** exclusivo e diferenciado dos demais troféus das categorias técnicas.
- ▶ Participação automática e gratuita: Todas as peças inscritas em qualquer uma das categorias técnicas concorrem automaticamente ao Voto Popular, exceto os projetos inscritos nas categorias 6 e 10, que não participam desta modalidade.
- ▶ A votação será realizada online, por meio de um site exclusivo, aberto ao público geral.
- ▶ Cada pessoa poderá votar uma única vez, em todo site, mediante validação de CPF ou passaporte (para estrangeiros), garantindo segurança e autenticidade no processo.
- ▶ A abertura e encerramento da votação seguirão o cronograma oficial do prêmio, divulgado no site [premio.popai brasil.com.br](http://premio.popai brasil.com.br).

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 – Prêmio 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 foram destaque no ano de 2026, 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 2026 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 da SHOP! 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.

Serão reconhecidas 03 (três) Personalidades do Ano em Cerimônia que acontecerá em paralelo à de divulgação dos vencedores do Prêmio POPAI Brasil 2026.

## Premiação

### Divulgação dos Resultados

Os finalistas premiados — **aqueles elegíveis aos troféus POPAI Ouro, Prata ou Bronze** — serão informados individualmente por e-mail, conforme o cronograma oficial divulgado pelo organizador.

A colocação final (Ouro, Prata ou Bronze) será revelada apenas durante a Cerimônia de Premiação, juntamente com os seguintes reconhecimentos especiais:

 **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 projetos finalistas poderão utilizar o selo-padrão oficial fornecido pela organização do Prêmio POPAI Brasil para fins de comunicação e promoção em seus canais.

### Categoria Promotor de Vendas

Os projetos inscritos na categoria “Excelência no trade (execução)” (cuja inscrição é realizada com CPF, em nome de pessoa física) serão reconhecidos com certificado.

A **Cerimônia de Premiação** será realizada no dia **24 de novembro de 2026, exclusivamente em formato presencial**, na cidade de **São Paulo – SP**.

A participação no evento será mediante a **aquisição(compra) de convites**, disponíveis **apenas para os finalistas/vencedores**.

As informações sobre a **quantidade de convites disponíveis por empresa/projeto** serão enviadas por e-mail **junto à comunicação oficial dos finalistas**, conforme o cronograma.

## Réplica dos Troféus

Os vencedores das premiações Ouro, Prata e Bronze poderão, caso desejem, **adquirir réplicas dos troféus**.

O processo de solicitação deverá ser feito por meio de **formulário específico no site de inscrição**, com o preenchimento completo dos dados e pagamento da taxa correspondente + custo de envio (**via motoboy ou Correios**).

Todas as réplicas são confeccionadas com informações idênticas às do troféu original, não podendo haver alterações.

RÉPLICAS TROFÉUS	
<b>Ouro</b>	R\$ 850,00
<b>Prata</b>	R\$ 800,00
<b>Bronze</b>	R\$ 750,00

**Atenção: Troféus especiais** (como Display do Ano, Voto Popular, Projeto Especial do Ano, entre outros) **estarão sujeitas a consulta da viabilidade de réplica.**

## Anuário

O anuário será disponibilizado **em formato digital** após a cerimônia, apresentando os projetos premiados, suas descrições, imagens e participantes, funcionando como uma **vitruve de excelência criativa e estratégica** do setor no Brasil.

## Termos e condições do prêmio

1. Os participantes da premiação declaram estar cientes e concordar expressamente com os termos deste Regulamento.
2. A SHOP! 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. A SHOP! 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 2026. A SHOP! 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 organizador 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.
7. O organizador 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 da SHOP! 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. A SHOP! 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 fotógrafos, ilustradores, entre outros.
11. É de inteira responsabilidade dos autores obter a autorização de seus clientes para a inscrição dos projetos.
12. A SHOP! POPAI Brasil se reserva o direito de reclassificar inscrições, conforme análise técnica e avaliação do comitê organizador. Não há garantia de que a categoria escolhida ou qualquer outra informação fornecida previamente pelo organizador será mantida após o processo de reclassificação. A decisão final ocorrerá somente após a reunião do comitê, que avaliará a inscrição em sua totalidade. A Comissão Organizadora poderá reclassificar ou indeferir inscrições.



- ▶ **Campanha Promocional - Temática Institucional:** Campanhas criadas pelo varejo com foco em posicionamento de marca, propósito, relacionamento com a comunidade, valores ou identidade institucional.
- ▶ **Campanha Promocional – Temática Sazonal do Varejo:** Ações promocionais criadas para datas comemorativas, eventos sazonais ou períodos temáticos (ex: Natal, Black Friday, Volta às Aulas, etc.), com conceito e execução próprios da empresa varejista.
- ▶ **Display Alta Tiragem:** Projetos que foram produzidos acima da quantidade de 10.000. 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. É caracterizado por uma estrutura que cria uma passagem ou área de circulação sob o material, permitindo que consumidores transitem por baixo dele, gerando forte impacto visual e valorizando a exposição da marca e dos produtos.
- ▶ **Digital Signage 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 criativa 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.
- ▶ **Display e Peças de Merchandising:** que possua produtos em sua exposição, podendo ser colocado diretamente no chão, balcão, vitrine, gôndola, etc. Por nicho, independente do canal.
- ▶ **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.
- ▶ **Display de balcão:** contempla displays desenvolvidos para exposição de produtos sobre superfícies de apoio como: Exposição em balcões; Aplicações sobre gôndolas, prateleiras ou tampos, desde que se trate de uma estrutura expositora independente, posicionada sobre essas superfícies.









**O organizador faz parte da associação Global Shop!  
Association. Por isso, as regras da competição  
seguem os mesmos princípios e diretrizes  
adotados na premiação global.**



**Informações Gerais: POPAI Brasil**  
Fone: +55 (11) 2391-0883  
e-mail: [contato@popaibrasil.com.br](mailto:contato@popaibrasil.com.br)