



REGULAMENTO AMPRO GLOBES AWARDS 2022

1.	PREMIAÇÃO	2
2.	INSCRIÇÕES	3
3.	TAXAS DE INSCRIÇÃO	7
4.	CATEGORIAS	8
5.	ETAPAS.....	11
6.	COMISSÃO JULGADORA.....	11
7.	CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	13
8.	JULGAMENTO, APURAÇÃO DE VOTOS E VALIDAÇÃO.....	15
9.	PRÊMIOS	16
10.	ETAPA INTERNACIONAL – MAA Worldwide GLOBES 2022.....	18
11.	CONSIDERAÇÕES GERAIS	18

1. PREMIAÇÃO

1.1. The MAA Worldwide GLOBES é uma realização da associação norte-americana Marketing Agencies Association Worldwide (“MAAW”), e é denominado no Brasil como AMPRO Globes Awards, organizado pela AMPRO – Associação de Marketing Promocional (“AMPRO”).

1.2. Trata-se da principal premiação de Live Marketing do Brasil e do mundo, por meio da qual *cases*, agências de Live Marketing e seus clientes, podem ser premiados por suas campanhas e atuação.

1.3. O **AMPRO Globes Awards 2022** (“Premiação”) é composto pela etapa nacional, subdividida em rankings regional e nacional aberta à participação de todas as agências brasileiras do setor de Live Marketing, associadas e não associadas à AMPRO.

1.3.1. Para fins dessa premiação, serão admitidas as inscrições apenas de empresas cujo objeto principal, constante em seus documentos de constituição, seja a atuação como Agência.

1.4. A Premiação seguirá os seguintes agrupamentos geográficos (“Região”):

– **Ranking Regional:**

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

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

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

– **Ranking Nacional:**

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

1.5. As inscrições nesta premiação deverão ser realizadas nos termos deste Regulamento, observadas as disposições contidas nas seções **2 INSCRIÇÕES** e **3 TAXAS DE INSCRIÇÃO**, abaixo.

1.6. **É obrigatório que todo e qualquer *case* seja inscrito por uma agência e que a agência possua prévia anuência de seu cliente para a realização da referida inscrição. Assim, é responsabilidade única e exclusivamente da agência responsável pela realização da inscrição a obtenção da anuência prévia do cliente e das demais empresas envolvidas no *case*. A AMPRO se isenta dessa responsabilidade e a comissão**

organizadora poderá, em qualquer etapa do processo de julgamento, eliminar o *case* da Premiação, sem devolução dos valores de inscrição, caso haja manifestação contrária por parte do cliente envolvido.

1.6.1. *Cases* que tenham envolvimento, direto ou indireto, de agências de Live Marketing somente poderão ser inscritos nesta Premiação pela agência responsável.

1.7. Os *cases* poderão ser inscritos nas categorias disponíveis desta premiação, de acordo com o disposto na seção 4 **CATEGORIAS**, deste Regulamento.

2. INSCRIÇÕES

2.1. As inscrições dos *cases* para a **AMPRO Globes Awards 2022** deverão ser feitas exclusivamente pelo **hotsite** do **AMPRO Globes Awards** (www.amproglobesawards.com.br), correspondente à **cidade sede da agência que inscreve o *case*** em questão, conforme item 1.4 deste Regulamento.

2.2. Somente poderão ser inscritos nesta Premiação os *cases* que tiverem sido implementados entre **01 de agosto de 2021 e 04 de julho de 2022** (inclusive) independentemente do período despendido para sua criação, concepção e/ou preparação. Serão imediatamente desclassificados todos os *cases* de agências que apresentem indícios e/ou provas de implementação fora do período aqui estabelecido. Se o *case* for de longa duração, os resultados têm que incluir o calendário do ano vigente no período de inscrições do prêmio.

2.3. Período de inscrição de *cases* no **AMPRO Globes Awards 2022** será das **18h00** do dia **05 de julho** às **23h59** do dia **22 de agosto de 2022**.

2.3.1. Os prazos das inscrições poderão ser prorrogados e/ou alterados sem prévio aviso, a critério exclusivo da AMPRO. Em caso de prorrogação e/ou alteração, as novas datas serão divulgadas no Portal da AMPRO (www.ampro.com.br) **hotsite** do **AMPRO Globes Awards** (www.amproglobesawards.com.br) e/ou na *fanpage* oficial do AMPRO Globes Awards no Facebook (<https://www.facebook.com/amproglobesawards/>); LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/amproglobesawards/>) e Instagram (<https://www.instagram.com/amproglobesawards/>).

2.3.2. Uma inscrição só é considerada confirmada pela AMPRO como participante desta Premiação a partir do momento que a taxa de inscrição esteja devidamente paga.

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

Obs.: É possível realizar a inscrição do *case* e efetuar o pagamento na sequênciapara garantir a inscrição e ainda seguir editando as informações do *case* até a data limite do

período de inscrições, conforme indicado no item 2.3 acima.

2.3.4. Uma vez preenchida a inscrição e pressionada a tecla “Salvar e Finalizar”, o cadastramento será considerado concluído, não sendo possível realizar novos ajustes ou edições no *case* inscrito, salvo hipóteses de exceção expressamente previstas neste Regulamento. Por outro lado, é possível que a agência participante, clicando apenas no botão “Salvar”, continue editando as informações do *case* inscrito até a data limite do período de inscrições, conforme indicado no item 2.3 acima.

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

- (i) **Ficha de inscrição**, contendo os dados cadastrais da agência e dados relacionados à campanha/*case*, como título, cliente, categoria, entre outros contidos no formulário de inscrição;
- (ii) **Prancha Resumo** (1 página): arquivo digital obrigatoriamente no formato 16:9 ou 9:16 (horizontal ou vertical - 1920x1080px ou 1080x1920px) em extensão JPEG OU PNG em alta resolução (no máximo de 5MB);
- (iii) **Vídeo case** - O vídeo deverá ter, no máximo, 120 (cento e vinte) segundos de duração e ser feito o upload diretamente no sistema de inscrição – www.amproglobesawards.com.br, no formato MP4 OU MOV. Os vídeos com duração superior a 120 (cento e vinte) segundos serão desclassificados.
- (iv) **Cartão do CNPJ** – Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral da Agência https://servicos.receita.fazenda.gov.br/Servicos/cnpjreva/Cnpjreva_Solicitacao.asp em extensão PDF de baixa resolução (no máximo de 3MB).

2.4.1. Inscrições que não apresentarem a documentação indicada nos itens acima, ainda que apresentem o devido pagamento da taxa de inscrição, serão consideradas não realizadas e, portanto, desconsideradas desta Premiação, sem direito a devolução da taxa de inscrição.

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

2.5. O conteúdo da **Defesa do Case** inscrito deve conter, além da identificação da categoria na qual o *case* está sendo inscrito, título da ação/projeto e cliente, a descrição dos seguintes pontos, com **limitação máxima de 2.000 (dois mil) caracteres** para cada:

- (i) Objetivo do Projeto: quais os objetivos e/ou o porquê a ação foi desenvolvida? Qual a meta do job/projeto? Quais os KPIs e resultados propostos pelo cliente?

- (ii) **Estratégia**: Qual estratégia para alcançar os objetivos/KPIs e por quê? A estratégia foi pensada para marca e/ou consumidor? O que foi identificado durante a implantação da campanha e como estas informações ajudaram na estratégia? (serão considerados dados como: adequação, relevância e qualidade do pensamento e aplicação da estratégia)
- (iii) **Conceito Criativo**: dados os objetivos, quão forte e relevante é o conceito criativo? É forte para a marca e o consumidor? Como a ação foi planejada? Esta é uma ideia original? Neste quesito serão considerados originalidade, criatividade, ineditismo e impacto geral do conceito criativo;
- (iv) **Execução**: quão bem foram executados todos os elementos e etapas da ação? Qualidade, conceito criativo e programa de implementação? Que problemas foram enfrentados e superados, com consumidores, equipes e força de venda (e/ou outros públicos não mencionados)? Como a ação se destacou? Teve forte presença no mercado? Serão consideradas qualidade, complexidade e criatividade durante a execução;
- (v) **Resultado**: explicar os resultados da ação usando o máximo de detalhes possível. Quão bem a ação se saiu diante dos objetivos estabelecidos? Foram dados padrões verossímeis para dar contexto à força dos resultados? Qual foi o ROI (*Return Over Investment*/Retorno Sobre o Investimento)? Como os KPIs (*key performance indicator*/indicador chave de performance) foram superados? Se existem resultados confidenciais, qualifique-os, indique-os ou descreva-os com o máximo de detalhes possível. Caso a ação seja recorrente, desejável colocar comparativos que mostrem a eficiência/relevância dos resultados do período do case inscrito no Globes 2022.
- (vi) **Resumo do case**: descritivo da ação/projeto, planejamento, duração, orçamento, comunicação, materiais e ferramentas utilizados.

2.5.1.Recomendação: para um melhor desempenho do *case*, orienta-se que não sejam utilizados os mesmos textos para *cases* inscritos em mais de uma categoria, conforme especificações de categorias previstas no item 4 abaixo.

2.6. Para garantir a imparcialidade no julgamento, **fica expressamente proibida** a identificação da agência responsável pelo *case* inscrito em qualquer um dos itens acima mencionados ou ainda no material visual (prancha e *video case*). Como identificação entende-se logotipo, menção do nome, sigla ou qualquer outro tipo de sinal distintivo ou de alusão que remeta à agência participante, **sob pena de imediata desclassificação**.

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

2.6.2. Os *cases* inscritos que não apresentarem os arquivos digitais obrigatórios constantes do item 2.4 acima, ou, ainda, que tiverem arquivos digitais inseridos em formato diferente do mencionado neste item serão desclassificados.

2.6.3. A inclusão de um vídeo case ilustrativo da campanha no ato da inscrição é igualmente obrigatória. A agência deverá anexar o referido vídeo à inscrição como um complemento para a análise do júri. O vídeo deverá ter, no máximo, 120 (cento e vinte) segundos de duração e ser feito o upload diretamente no sistema de inscrição, no formato MP4 OU MOV. Os vídeos com duração superior a 120 (cento e vinte) segundos serão desclassificados.

2.7. Uma mesma marca ou campanha (com o mesmo *case* ou *cases* diferentes) poderá ser inscrita pela mesma agência em categorias diversas, sendo recomendado, para um melhor desempenho do *case* na Premiação, que cada inscrição **tenha descrição, objetivos e justificativas distintas e específicas para cada categoria pretendida**, inclusive com o detalhamento dos pontos conexos e os motivos que justificariam o enquadramento e participação do *case* naquela determinada categoria.

2.7.1. Fica estabelecido, por meio do presente Regulamento, que um único case poderá ser inscrito em categorias diversas, não havendo qualquer limitação relacionada à quantidade de categorias para inscrição de um mesmo case.

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

- (i) Identificação da agência em qualquer item e/ou documento do *case*, seja por nome, logotipo, sigla ou qualquer outro componente que se relacione ou faça alusão à mesma. **Apenas o Formulário de inscrição online deverá conter dados que identifiquem a agência, os quais devem ser inseridos devidamente nos campos destinados a esta finalidade;**
- (ii) Cases inscritos que não preenchem todos os requisitos contidos nos itens 2.2, 2.3, 2.4, e 2.5;
- (iii) Ações/projetos implementados fora do período estipulado neste Regulamento **(01 de agosto de 2021 e 04 de julho de 2022);**
- (iv) Não apresentar os pontos conexos e motivos que justificariam o enquadramento e participação do *case* naquela determinada categoria;
- (v) *Cases* que tiverem arquivos ou vídeos em desacordo com a forma e formatos especificados neste Regulamento; e,
- (vi) Inscrições não concluídas ou feitas fora do período de inscrição e inscrições não pagas ou pagas fora do prazo de vencimento do boleto emitido.

2.9. A inscrição de um case somente será válida se a mesma for efetuada dentro do prazo de inscrições mencionado no item 2.3 deste Regulamento e, ainda, se for devidamente paga dentro do prazo de vencimento, conforme disposto no item **3. TAXAS DE INSCRIÇÃO**, deste Regulamento.

2.10. Somente serão aceitas inscrições que atenderem às condições definidas neste Regulamento. **Nenhum valor de inscrição pago será devolvido em caso de desclassificação da agência ou do case concorrente por qualquer questão disposta neste Regulamento ou, ainda, por desistência da agência.**

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

3. TAXAS DE INSCRIÇÃO

3.1. Os valores abaixo contemplam a inscrição de cada *case* no **AMPRO Globes Awards 2022** em cada uma das categorias que seja inscrito e que deverá ser pago dentro do prazo de vencimento e do prazo determinado para o período de inscrição, conforme disposto nos itens 2.3, 2.3.2 e 3.4 deste Regulamento.

AMPRO GLOBES AWARDS - 2022		
TABELA DE PREÇOS – TAXA DE INSCRIÇÃO (Valores em reais (R\$), por case/inscrição em cada categoria)		
Associado AMPRO que inscreveu cases na edição 2021	Associado AMPRO	Não Associado AMPRO
R\$ 255,00	R\$ 270,00	R\$ 455,00

3.1.1. A inscrição de um *case* em mais de uma categoria e/ou de vários *cases* em uma mesma categoria, implicará na obrigatoriedade de recolhimento de uma taxa de inscrição para cada *case/categoria* inscrita.

3.2. Os valores abaixo contemplam o custo adicional da inscrição de cada *case* classificado na *shortlist* do AMPRO Globes Awards 2022:

AMPRO GLOBES AWARDS – 2022	
TABELA DE PREÇOS – TAXA DE INSCRIÇÃO COMPLEMENTAR – SHORTLIST (Valores em reais (R\$), por case/inscrição em cada categoria)	
Associado AMPRO	R\$ 300,00
Não Associado AMPRO	R\$ 390,00

3.3. Todas as inscrições deverão obrigatoriamente ocorrer no **AMPRO Globes Awards 2022** e os *cases* declarados classificados para a *shortlist* na **Etapa Classificatória**, estarão automaticamente inscritos, devendo a agência efetuar o pagamento de taxa de

inscrição complementar, conforme estipulado acima, para confirmação de sua inscrição, sob pena de não participarem da premiação. Dessa forma, nenhum *case* classificado na *shortlist* será considerado efetivamente inscrito no **AMPRO Globes Awards 2022** enquanto não efetuado o pagamento da taxa de inscrição complementar.

3.4. A taxa de inscrição complementar, deverá ser paga via boleto bancário ou cartão de crédito, de acordo com as condições, meios e prazos disponíveis no site de inscrição. **Para os cases inscritos no penúltimo e último dia de inscrição, o pagamento deverá ser efetuado no mesmo dia, sob pena de desclassificação.**

4. CATEGORIAS

4.1. Poderão ser inscritos nesta Premiação, *cases* que se enquadrem nas categorias abaixo, dentre as 5 (cinco) verticais de atuação:

A) BUSINESS:

1. **CREATIVE BUSINESS TRANSFORMATION – É na crise que aparecem grandes ideias.** Esta é uma categoria que valorizará ações diferenciadas de suporte à revisão e disrupção de negócios. Um novo tipo de serviço, uma pivotada na forma de atuar ou uma solução inusitada de apresentar, promover, vender ou entregar produtos e serviços, levando a melhor experiência para o consumidor.
2. **MELHOR CONSTRUÇÃO DE MARCA** - Ação ou Campanha de experiência que contribuiu efetivamente para a construção ou consolidação de imagem, reforçando o posicionamento da marca podendo incluindo uso de mídia, a depender do tipo de ação.
3. **MELHOR LANÇAMENTO DE PRODUTO** - Ações ou Campanhas que destaquem o lançamento ou relançamento de um produto ou serviço para atingir o público em qualquer setor, com experiências relevantes.
4. **MELHOR CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA** - Ações que utilizaram, no mínimo, três disciplinas de marketing componentes do 'guarda-chuva' do Live Marketing (ex.: marketing direto, marketing digital, trade marketing, evento, marketing de incentivo, marketing promocional, dentre outras ferramentas) para o desenvolvimento do projeto e que demonstrem o resultado alcançado.

B) CONSUMER:

5. **MELHOR IDEIA OU CONCEITO** - Ações ou campanhas que apresentam uma ideia ou conceito de marketing exclusiva. Uma ideia que tenha desafiado a norma, assumido o risco ou que simplesmente seja fora da caixa. As execuções podem incluir toda a esfera das ações de live marketing: eventos, ativação, promoções, digital, marketing de incentivo, ou trade marketing.
6. **MELHOR EXPERIÊNCIA DE MARCA** - Ação que melhor entregar uma experiência de

marca para o público-alvo, através de evento, roadshow, exposições, ativações de marca em áreas públicas ou de grande circulação, pop-up stores, demonstrações de produtos, degustação e distribuição de amostras. seja com uso de equipamentos, tecnologias ou interação pessoal ou ambos usos.

- 7. MELHOR EVENTO PRESENCIAL, VIRTUAL OU HÍBRIDO** – Eventos que usaram a criatividade e recursos inovadores para gerar uma experiência impactante. Serão julgados os eventos com as melhores soluções dentro do ambiente presencial, virtual ou híbrido.
- 8. MELHOR PROMOÇÃO** – Serão julgadas ações da essência do Marketing Promocional: concursos, Sorteios, Vale-Brinde, Juntou-Trocou e outras modalidades de promoção de vendas deverão ser inscritas nessa categoria.

C) CONTENT:

9. MELHOR USO DE RELAÇÕES PÚBLICAS - Ações ou Campanhas que tiveram o melhor uso de Relações Públicas como componente de resultado para promover um produto ou serviço. Será analisado o contexto da campanha ou ação, a racionalidade por trás da estratégia, execução e os resultados. Serão julgadas as ações junto a jornalistas, líderes de opinião, celebridades, embaixadores ou influenciadores.

10. MELHOR AÇÃO DE ENTRETENIMENTO - Ações ou Campanhas que usaram o entretenimento (arte, música, esporte, recreação) para gerar impacto positivo de marca ou resultados de vendas para produtos e serviços utilizando os seguintes meios: Eventos, TV, Streaming, Rádio, Internet, Games e outros meios que podem ser individuais e/ou combinados.

11. MELHOR AÇÃO DE BRANDED CONTENT, SOCIAL OU INFLUENCER – Numa tradução literal, conteúdo de marca, considerar ações de conteúdo diretamente relacionadas ao universo das marcas. Ações que utilizaram estratégias nas categorias de conteúdos como Filmes, Música, Esportes, Infantil, Senior, Games, Lifestyle, Teens e CrowdSourcing ou para promover um produto ou serviço. Com relação à vertente Social ou Influencer, considerar ações que se utilizaram predominantemente de redes sociais e/ou do envolvimento de influenciadores ou creators.

12. MELHOR ATIVAÇÃO DE PATROCÍNIO Ações, ativações e/ou campanhas de marca em atividades próprias ou de terceiros que usaram plataforma de patrocínio como meio para promover um produto ou serviço. Pode ser em Eventos, TV, rádio, mídia impressa, digital ou mídias sociais.

D) RESPONSIBLE:

13. MELHOR SOLUÇÃO/AÇÃO/CAMPANHA OU EVENTO DURANTE PANDEMIA – A pandemia do COVID 19 impactou a todos desde 2020. Quais ações criativas foram viabilizadas nesse período de limitações? Não só eventos, mas todo tipo de atividade que demonstre criatividade para lidar e contornar as limitações. Também serão julgadas

atividades diretamente relacionadas à pandemia, tais como campanhas educativas, de estímulo à prevenção e vacinação, social entre outras.

14. MELHOR CAMPANHA DE INCLUSÃO SOCIAL, DIVERSIDADE E CAUSA AMBIENTAL (ESG) – O conceito ESG (Environmental, Social, Governance) ganha importância no mundo corporativo exigindo das marcas ações mais consistentes nessas áreas. Serão julgadas ações ou campanhas que usaram as ferramentas do Live Marketing para gerar impacto em atividades de cunho ambiental, de assistência social, educação, emergências ou tragédias, responsabilidade corporativa e arrecadação de fundos. Serão analisadas ainda as ações e campanhas que estimularam a inclusão social, a equidade de gêneros e a quebra de qualquer tipo de preconceito.

15. MELHOR AÇÃO LOW BUDGET - ação ou campanha de impacto efetivamente executada com a verba inferior a R\$ 50.000,00, em qualquer segmento. Inscrições deverão incluir o tamanho do budget utilizado.

E) TRADE:

16. MELHOR CAMPANHA DE INCENTIVO - Campanhas, programas ou conjuntos de ações motivacionais e de relacionamento direcionadas para: públicos internos, colaboradores das empresas, canais de distribuição e suas equipes, revendas e suas equipes, dentre outros canais, não envolvendo ações diretas voltadas aos consumidores finais. Tem como foco o estímulo, a motivação e o engajamento destes públicos na busca de aumento de produtividade e superação de resultados de um produto, categoria ou das empresas de forma global.

17. MELHOR CAMPANHA DE TRADE MARKETING – Ações ou campanhas focadas no PDV, seja ele físico ou virtual. Exposição impactante de produtos, campanhas in-store, ativações de calendário promocional ou promoções de vendas no ponto de venda estão entre as ações a serem avaliadas.

18. MELHOR CAMPANHA DE FIDELIDADE DE MARCA - Ações ou Programas que mais contribuíram para o aumento de fidelidade, experiência e engajamento da marca junto ao consumidor dentre todas as vertentes do Live Marketing.

19. MELHOR CAMPANHA B2B – Ações ou experiências de empresas para empresas, sem foco no consumidor final. São válidas todas as ações de comunicação, motivação ou de ativação para varejistas ou revendedores, além daquelas de venda direta B2B.

4.1.1. Para uma melhor compreensão sobre cada uma das categorias, verifique os vídeos tutoriais disponíveis no *hotsite* da premiação www.amproglobesawards.com.br.

4.2 Adicionalmente à premiação das categorias elencadas acima, será premiada a ação de Live Marketing que mais se destacou no ano de 2021/2022, da seguinte forma:

GRAND PRIX – Essa é a categoria que visa premiar a melhor ação do ano. Nesta categoria

todos os cases que receberam OURO no Ranking Nacional, em quaisquer categorias, automaticamente concorrerão entre si e o júri, composto pelos jurados e o presidente do júri, decidirá, de acordo com critério CRIATIVIDADE qual foi aquele que mais se destacou das demais.

4.2.1 O **AMPRO Globes Awards 2022 – Ranking Nacional** premiará, também, a agência de Live Marketing e o cliente responsável pelo *case* (“Cliente”) que mais se destacaram no ano de 2021/2022, com os seguintes prêmios: **(i) MELHOR AGÊNCIA DE LIVE MARKETING DO ANO;** e **(ii) MELHOR CLIENTE DO ANO.** Para tanto, serão considerados participantes todos os cases contemplados com Ouro no **Ranking Nacional.**

5. ETAPAS

5.1. Finalizado o prazo de inscrição dos *cases*, terá início a primeira etapa da premiação (“**Etapa Eliminatória**”).

5.1.1. Todos os cases aprovados nessa **Etapa Eliminatória** com, no mínimo, 51%(cinquenta e um por cento) dos votos “Sim”, seguirão para a segunda etapa da premiação (“**Etapa Classificatória**”).

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

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

5.4. Assim, no **Ranking Regional**, os 05 (cinco) *cases* de cada categoria, selecionados em cada Região, que obtiverem as melhores notas, comporão a *shortlist* que será divulgado no dia 03 de novembro de 2022, nos canais de comunicação.

5.4.1. Os 05 (cinco) *cases* que obtiverem as melhores notas e compuserem a *shortlist* serão considerados finalistas de sua categoria, podendo vir a receber, a critério dos jurados, os prêmios “**AMPRO Globes Awards 2022 – Regional**”, que serão categorizados em “OURO”, “PRATA” e “BRONZE”.

5.4.2. Os 05 (cinco) *cases* que obtiverem as melhores notas e compuserem a *shortlist* serão considerados finalistas de sua categoria, podendo vir a receber, a critério dos jurados, os prêmios “**AMPRO Globes Awards 2022 – Nacional**”, que serão categorizados em “OURO”, “PRATA” e “BRONZE”.

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

6. COMISSÃO JULGADORA

6.1. A Premiação nos Rankings Regional e Nacional, bem como a escolha do Grand

Prix, Cliente do Ano e Agência do Ano, contará com a seguinte Comissão Julgadora:

- (i) **Presidentes do Júri por categorias:** indicados(as) pelo Conselho da AMPRO e validados pela Diretoria AMPRO, sendo um único(a) para cada uma das 5 (cinco) verticais de atuação de categorias, sem direito a voto cuja função principal será a de dar direcionamento aos jurados envolvidos com suas categorias. Em caso de empate, caberá aos Presidentes do Júri a decisão final de desempate.
As categorias foram subdivididas por 5 (cinco) verticais de atuação sinalizados no item 4.1.

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

6.3. O júri será composto por profissionais das seguintes áreas:

- (i) Profissionais da área criativa do mercado de Live Marketing, Design, Propaganda e P.R., Creators, Influencers.
- (ii) Profissionais de atendimento & negócios, planejamento e produção de agências especializadas no setor de Live Marketing, Design, Propaganda e P.R.
- (iii) Profissionais da área de propaganda e marketing (Representantes das Marcas) de distintos setores da economia.
- (iv) Docentes de cursos de comunicação pertencentes a Instituições de Ensino devidamente reconhecidas pelo setor de Live Marketing;
- (v) Jornalistas especializados em Live Marketing e áreas afins.
- (vi) Representantes de Associações ligadas ao universo de Comunicação e Marketing nacionais e de entidades na América Latina.
- (vii) Personalidades ligadas a grupos representativos da sociedade.

6.4. Os critérios para indicação e escolha dos profissionais são os seguintes:

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

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

7. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

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

- (i) **Estratégia:** Qual foi a estratégia desenvolvida para alcançar os objetivos de marketing e por quê? A estratégia foi pensada para a marca e o público-alvo? Quais perspectivas foram descobertas e como elas ajudaram na estratégia? Aqui serão consideradas adequação, relevância e qualidade de pensamento estratégico.
- (ii) **Conceito Criativo:** Dados os objetivos, quão forte e relevante é o conceito criativo? É forte para a marca e o público-alvo? Como a ação foi planejada? Esta é uma ideia original? Neste quesito serão considerados originalidade, criatividade, ineditismo e impacto geral do conceito.
- (iii) **Execução:** Quão bem foram executados todos os elementos e etapas da ação? Qualidade, conceito criativo e programa de implementação? Que problemas foram enfrentados e superados, com consumidores, equipes e força de venda? Como a ação se destacou? Teve forte presença no mercado? Serão consideradas qualidade, complexidade e criatividade durante a execução.
- (iv) **Resultados:** Explicar os resultados da ação usando o máximo de detalhes possível. Quão bem a ação se saiu diante dos objetivos estabelecidos? Foram dados padrões verossímeis para dar contexto à força dos resultados? Qual foi o ROI (*Return Over Investment/Retorno Sobre o Investimento*)? Como os KPIs foram superados (key performance indicator/indicador chave de performance)? Se existem resultados confidenciais, qualifique-os, indique-os ou descreva-o como máximo de detalhes possível. Os juízes do AMPRO Globes Awards considerarão especificamente quão bem a ação se saiu diante dos objetivos estabelecidos.

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

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

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

7.2.2. Contudo, para ser aprovado para a **Etapa Classificatória** é necessário

que o case tenha recebido “SIM” de pelo menos 51% (cinquenta e um por cento) dos jurados.

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

Notas de 1 a 5:

Nota 5 - Excelente

Nota 4 – Ótimo

Nota 3 - Muito bom

Nota 2 – Bom

Nota 1 - Regular

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

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

7.4.1. As categorias terão os seguintes pesos:

PESOS DOS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DAS CATEGORIAS	
<ol style="list-style-type: none">1. CREATIVE BUSINESS TRANSFORMATION2. MELHOR CONSTRUÇÃO DE MARCA3. MELHOR LANÇAMENTO DE PRODUTO4. MELHOR CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA5. MELHOR IDEIA OU CONCEITO6. MELHOR EXPERIÊNCIA DE MARCA7. MELHOR EVENTO PRESENCIAL, VIRTUAL OU HÍBRIDO8. MELHOR PROMOÇÃO9. MELHOR USO DE RELAÇÕES PÚBLICAS10. MELHOR AÇÃO DE ENTRETENIMENTO11. MELHOR AÇÃO DE BRANDED CONTENT, SOCIAL OU INFLUENCER12. MELHOR ATIVAÇÃO DE PATROCÍNIO13. MELHOR SOLUÇÃO/AÇÃO/CAMPANHA OU EVENTO DURANTE PANDEMIA14. MELHOR CAMPANHA DE INCLUSÃO SOCIAL, DIVERSIDADE E CAUSA AMBIENTAL (ESG)15. MELHOR AÇÃO LOW BUDGET16. MELHOR CAMPANHA DE INCENTIVO17. MELHOR CAMPANHA DE TRADE MARKETING18. MELHOR CAMPANHA DE FIDELIDADE DE MARCA19. MELHOR CAMPANHA B2B	<p>Estratégia Cada júri vota de 1 a 5</p> <p>Conceito Criativo Cada júri vota de 1 a 5 (com peso x2)</p> <p>Execução Cada júri de vota de 1 a 5</p> <p>Resultados Cada júri vota de 1 a 5</p>

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

8. JULGAMENTO, APURAÇÃO DE VOTOS E VALIDAÇÃO

8.1. O julgamento ocorrerá nas seguintes datas:

- (i) **AMPRO Globes Awards 2022 (Etapa Eliminatória) - entre 16 de setembro e 26 de setembro de 2022;**
- (ii) **AMPRO Globes Awards 2022 (Etapa Classificatória – online individual) - entre 30 de setembro e 12 de outubro de 2022;**
- (iii) **AMPRO Globes Awards 2022 (Etapa Classificatória – online ou presencial em grupos) - entre 24 de outubro e 28 de outubro de 2022;**

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

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

8.2. Antes de publicada, a lista final de premiados apurada na premiação Ranking Regional e Ranking Nacional deverá ser validada pelo Presidente do Júri.

8.3. A divulgação da *shortlist* com os 5 (cinco) cases mais bem colocados na premiação Ranking Regional de cada categoria será feita no dia **03 de novembro de 2022** no hotsite da premiação e demais canais de comunicação da AMPRO e do AMPRO Globes Awards.

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

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

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

9. PRÊMIOS

9.1. Os 05 (cinco) *cases* que obtiverem as melhores notas em cada categoria e em cada Região, irão compor a *shortlist* e serão considerados finalistas de sua categoria, podendo vir a receber, a critério do júri, os prêmios “**AMPRO Globes Awards 2022 - Regional**”, que serão categorizados em “OURO”, “PRATA” e “BRONZE”.

9.1.1. Os vencedores do **AMPRO Globes Awards 2022 – Ranking Regional**, serão divulgados na cerimônia de premiação, que será realizada **no dia 22 de novembro de 2022**, bem como nos canais da AMPRO e do **AMPRO Globes Awards 2022**.

9.2. Os cases vencedores do Ranking Nacional concorrerão ao “**AMPRO Globes Awards 2022 – Nacional**”, que serão categorizados em “OURO”, “PRATA” e “BRONZE” e serão distribuídos a critério do júri, **considerando que serão premiados até 3 cases por categoria**.

9.2.1. Os vencedores do **AMPRO Globes Awards 2022 – Ranking Nacional**, serão divulgados na cerimônia de premiação, que será realizada **no dia 22 de novembro de 2022**, bem como nos canais da AMPRO e do **AMPRO Globes Awards 2022**.

9.3. Para premiação das categorias “**MELHOR AGÊNCIA DE LIVE MARKETING DO ANO**” e “**MELHOR CLIENTE DO ANO**”, serão concedidos pontos por cada prêmio (OURO, PRATA, BRONZE) conferido a cada agência e vencedor da premiação nacional. A agência que acumular o maior número de pontos na premiação nacional, será considerada a **MELHOR AGÊNCIA DE LIVE MARKETING DO ANO – PREMIAÇÃO NACIONAL**. Da mesma forma, o cliente vinculado ao case que acumular o maior número de pontos na premiação nacional, será considerado o “**MELHOR CLIENTE DO ANO – PREMIAÇÃO NACIONAL**”. Os pontos serão conferidos seguindo a norma a seguir:

OURO: 04 (quatro) pontos

PRATA: 02 (dois) pontos

BRONZE: 01 (um) ponto

9.3.1. Em caso de empate na pontuação entre duas ou mais agências, no caso do prêmio “Melhor Agência de Live Marketing do Ano – Premiação Nacional”, ou entre dois ou mais cases, no caso do prêmio “Melhor Cliente do Ano – Premiação Nacional”, ficará com o prêmio aquele que possuir mais prêmios OURO. Persistindo o empate, ficará com o prêmio aquele que possuir mais prêmios PRATA. Caso ainda assim persista o empate, ficará com o prêmio aquele que possuir mais prêmios BRONZE. Não sendo possível o desempate utilizando-se desses critérios, caberá ao júri, por maioria simples dos jurados, decidir pelo vencedor.

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

9.4.1. A entrega dos prêmios para os vencedores dos Rankings Regional e Nacional ocorrerão numa cerimônia de premiação, que será realizada **no dia 22 de novembro de 2022** aos vencedores dos prêmios OURO, PRATA e BRONZE Regional e Nacional, em cada categoria, além do Grand Prix, Melhor Agência do Ano – Premiação Nacional e Melhor Cliente do Ano – Premiação Nacional. Os detalhes do evento, bem como da aquisição de convites, serão divulgados oportunamente no hot site do **AMPRO Globes Awards** e nos canais já mencionados neste Regulamento.

9.5. Para o prêmio Grand Prix, o júri, composto pelos jurados e pelo presidente do júri, decidirá, de acordo com o critério CRIATIVIDADE qual foi aquele que mais se destacou das demais, dentre aqueles cases contemplados com OURO no Ranking Nacional. A ação vencedora receberá o **Prêmio AMPRO Globes Awards 2022– GRAND PRIX**.

9.6. Os cases que estiverem classificados na shortlist do **AMPRO Globes Awards 2022**, terão direito de inscrição em todas as categorias, na etapa internacional da premiação, diretamente junto ao MAAW – Marketing Agencies Association Worldwide (vide seção 10 **ETAPA INTERNACIONAL – MAA Worldwide GLOBES 2022** deste Regulamento).

9.7. A Agência vencedora do Prêmio “Melhor Agência do Ano 2022” será responsável pelo desenvolvimento de campanha de divulgação, composta por conceito, identidade visual e plano de divulgação da próxima edição do Prêmio AMPRO Globes Awards, conforme briefing designado pelo corpo diretivo da AMPRO. O trabalho deverá ser *pro bono*, sem qualquer remuneração para a agência.

10. ETAPA INTERNACIONAL – MAA Worldwide GLOBES 2022

10.1. A participação na etapa internacional estará permitida somente às agências que se classificarem na shortlist do **AMPRO Globes Awards 2022**.

10.1.1. As inscrições, bem como, as informações para a etapa internacional serão feitas online diretamente pelo website da MAAW (<http://www.maawglobes.com>). Os participantes serão os únicos e exclusivos responsáveis pela realização das suas respectivas inscrições na etapa internacional, devendo atender, por sua conta e risco, a todas as exigências estipuladas pela MAAW, bem como arcar com todos e quaisquer custos para tal participação sem nenhuma responsabilidade de ônus e/ou administrativa da AMPRO.

10.2. O período de inscrições na etapa internacional está disponível em <http://www.maawglobes.com> com datas, condições e demais informações acerca da etapa internacional são estabelecidos e divulgados única e exclusivamente pela MAAW, não tendo, a AMPRO, qualquer ingerência sobre tal. Dessa forma, pode haver alterações nas datas, prazos, forma de inscrição, condições, e/ou quaisquer outras disposições relativas à etapa internacional, que ocorrerão a único e exclusivo critério da MAAW, sem prévio aviso e sem qualquer responsabilidade por parte da AMPRO.

11. CONSIDERAÇÕES GERAIS

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

11.2. Os critérios de avaliação e definição das categorias seguem o modelo do estatuto definido pela MAAW. Questões de qualquer natureza, relativas ao prêmio, serão resolvidas prioritariamente, pela comissão organizadora da premiação no Brasil, com base na orientação da MAAW.

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

11.3.1. As agências participantes declaram e garantem, neste ato, que possuem a devida autorização de seus clientes para realizar a inscrição do *case* na Premiação **AMPRO Globes Awards 2022**.

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

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

11.3.4. A utilização e/ou divulgação do Material pela AMPRO poderá ser realizada, desde que no contexto da Premiação **AMPRO Globes Awards 2022**, em qualquer território, nacional e/ou internacional, em qualquer mídia – a ser definida conforme as estratégias de divulgação da AMPRO, incluindo, mas não se limitando, ao site da AMPRO e da Premiação, bem como mídias sociais da AMPRO e da Premiação (Youtube, Facebook, LinkedIn e Instagram).

11.3.5. Se houver utilização dos materiais em ambiente de internet (tais como, por exemplo, site da AMPRO e/ou da Premiação), a agência reconhece que estes poderão ser visualizados, capturados ou mesmo alterados, de qualquer forma e para quaisquer finalidades, por terceiros, sem qualquer ingerência e/ou responsabilidade da AMPRO. Por essa razão, a AMPRO não poderá ser responsabilizada por tais utilizações ocorridas sem a sua atuação direta e dolosa, durante o período de realização da Premiação ou após o seu término.

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

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

11.6. As agências participantes expressamente declaram e garantem que os *cases* e/ou as suas inscrições não ferem qualquer direito pertencente a terceiros, em especial aqueles relativos a direitos autorais, marcas, patentes, sigilo, bem como atendem a todos os requisitos referente a toda a legislação e regulamentação aplicável, estando estas plenamente aptas e autorizadas, seja por serem de sua titularidade seja por possuírem licenças específicas para tal exploração, para inscreverem, em seu nome, os respectivos

cases para participação do **AMPRO Globes Awards 2022**, respondendo perante à AMPRO e terceiros por quaisquer omissões, incorreções, inverdades e/ou violações deste item, bem como quaisquer reclamações envolvendo a propriedade intelectual do *case* inscrito, no todo ou em parte, inclusive pela reparação de todo e qualquer tipo de dano causado à AMPRO ou a terceiros em decorrência desse eventual uso indevido.

11.7. Se qualquer ação, reclamação, inquérito policial, investigação ou outro processo judicial ou administrativo (seja de natureza fiscal, civil, trabalhista ou qualquer outra) envolver a AMPRO, em relação a qualquer fato ou ato relacionado ao *case* inscrito, a agência participante deverá tomar todas as medidas possíveis para excluir a AMPRO de tal ação, reclamação, inquérito, investigação ou processo. Caso a AMPRO incorra em qualquer despesa, custo, responsabilidade, perda, ou dano com relação a referidas ações, reclamações, inquéritos, investigações ou processos, a agência participante deverá ressarcir e/ou reembolsar (mediante apresentação dos comprovantes de pagamento) o montante total pago ou devido pela AMPRO, inclusive os custos processuais e honorários advocatícios da AMPRO, independentemente de efetiva condenação.

11.8. A agência participante será responsabilizada por todos os danos causados à AMPRO ou a terceiros decorrentes de sua conduta durante a participação na Premiação.

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

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

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

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

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

12. DO USO DE DADOS E PRIVACIDADE

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

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

12.3. A AMPRO esclarece que os dados obtidos em razão desta Premiação serão utilizados apenas nos limites acima indicados e nos casos em que houver consentimento das agências participantes e dos jurados.

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