

Segmentação é o princípio de toda boa estratégia e dominar a arte de atrair, reter e fidelizar leitores é próprio de editoras, agências e talentos que atuam na comunicação segmentada. O Prêmio ANATEC, a única premiação no Brasil que incentiva e reconhece essa importante disciplina da comunicação, convida você a se inscrever em sua sexta edição e mostrar ao mercado seu dom de fazer a comunicação gerar resultados.

Regulamento e informações: www.premioanatec.com.br, telefone (11) 3801.2843 ou premio@anatec.org.br

Realização:

anatec

Organização:



CATEGORIAS:

CAPAS
LANÇAMENTOS
PROJETOS GRÁFICOS
ILUSTRAÇÕES E FOTOGRAFIAS (NOVA)
PUBLICAÇÕES SEGMENTADAS
CAMPANHAS DE PROPAGANDA
MARKETING PUBLICITÁRIO
RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL
RELACIONAMENTO
MULTIMÍDIA
MUNDO DIGITAL
JORNALISTA
PROFISSIONAL DE VENDAS
AGÊNCIA DE PROPAGANDA
PROFISSIONAL DE MÍDIA



PRÊMIO
VI anatec

Realização

anatec

Organização

Garrido
Marketing
30 anos

Apoio

Abril
assinaturas

Apoio de Mídia

Neócio
Comunicação

Assessoria de Imprensa

Horus
Comunicação Integrada

Apoio Institucional



ABL
Associação Brasileira
de Língua Portuguesa



ANER
Associação Nacional
de Editores de Jornais

BRACELPA
Associação Brasileira
de Comunicação em Língua Portuguesa

CENF
Associação Brasileira
de Comunicação em Língua Portuguesa



O PRÊMIO PARA QUEM CRIA COMUNICAÇÃO TANGÍVEL ✓

PRÊMIO
VI anatec

OS MELHORES DA COMUNICAÇÃO SEGMENTADA.

REGULAMENTO VI PRÊMIO ANATEC

1. DO PRÊMIO

O **PRÊMIO ANATEC** é uma realização da ANATEC - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE EDITORES DE PUBLICAÇÕES, com organização da GARRIDO MARKETING. Este projeto tem amplitude nacional e é dirigido a todas as editoras e empresas que atuam e valorizam as melhores práticas da comunicação segmentada, atingindo os *stakeholders* que participam desta cadeia de serviços: editores, publicitários, jornalistas, profissionais de marketing e mídia, entre outros.

2. DAS CATEGORIAS

Os participantes do **VI PRÊMIO ANATEC** poderão inscrever seus cases em uma ou mais categorias, de acordo com os critérios estabelecidos neste Regulamento. Os cases inscritos nas categorias 2.1. a 2.11. devem ter sido implementados no período de 01/01/2009 a 31/12/2009 e precisam ser apresentados com dados numéricos reais, em valores absolutos ou relativos que possam ser facilmente comprovados.

2.1. CAPAS

Revistas

Anuários/Guias/Listas

Objetivo: Reconhecer e valorizar as capas mais criativas, que possuam *design* inovador e se destacaram junto ao público-alvo da publicação inscrita.

Cases: Nesta categoria poderão ser inscritos somente cases de publicações impressas – revistas, anuários, guias e listas - que confirmem qual impacto a capa inscrita provocou no mercado.

2.2. LANÇAMENTOS

Revistas

Anuários/Guias/Listas

Sites ou Portais

Objetivo: Valorizar e reconhecer o lançamento de publicações impressas e digitais, por conta de sua *performance* editorial e penetração junto aos leitores de determinado segmento.

Cases: Nesta categoria poderão ser inscritos cases de editoras e empresas que tenham lançado revistas, anuários, guias, listas, sites ou portais entre janeiro e dezembro de 2009.

2.3. PROJETOS GRÁFICOS

Revistas

Anuários/Guias/Listas

Objetivo: Valorizar os projetos gráficos de revistas, anuários, guias e listas que se transformaram em referência e foram reconhecidos pelo mercado editorial e publicitário por seu diferencial de produção gráfica.

Cases: Nesta categoria poderão ser inscritos cases de publicações impressas, apresentando e defendendo um novo projeto gráfico que tenha contribuído para facilitar a leitura, com conteúdo relevante e criatividade na produção.

2.4. ILUSTRAÇÕES E FOTOGRAFIAS (NOVA)

Objetivo: Reconhecer e valorizar as ilustrações e fotografias tecnicamente relevantes para a publicação em que foram veiculadas.

Cases: Nesta categoria poderão ser inscritos cases de publicações impressas ou on-line que tenham obtido maior valor e/ou visibilidade em função de determinadas ilustrações e fotos ou pelo conjunto da obra.

2.5. PUBLICAÇÕES SEGMENTADAS

Business to Business – B2B

Business to Consumer – B2C

Customizadas

Publicações com Circulação Internacional

Objetivo: Reconhecer e valorizar publicações segmentadas B2B (*business to business*), B2C (*business to consumer*),

customizadas e com circulação internacional que obtiveram destaque no mercado editorial.

Cases: Poderão ser inscritos cases de publicações destinadas a empresas ou consumidores estruturadas de forma customizada e também as publicações com circulação internacional. Os dados quantitativos devem ser demonstrados por meio de relatórios de auditoria da circulação ou de pesquisas.

2.6. CAMPANHAS DE PROPAGANDA

Objetivo: Valorizar e fomentar as campanhas veiculadas na mídia segmentada tanto nos títulos impressos – revistas, guias, anuários e listas – como em sites e portais ou ainda, as que utilizaram a mídia integrada.

Cases: Poderão ser inscritos cases tanto das agências de propaganda responsáveis pela criação, produção e veiculação das campanhas inscritas como dos anunciantes que assinaram ou contrataram espaços publicitários de mídia(s) segmentada(s).

2.7. MARKETING PUBLICITÁRIO

Objetivo: Valorizar as melhores práticas de Marketing Publicitário de editoras que se destacaram por seus modelos de planejamento estratégico e conquistaram resultados efetivos para suas organizações com projetos diferenciados e segmentados.

Cases: Poderão ser inscritos cases de editoras que tenham no Marketing Publicitário uma fonte de receita, em função de projetos e ações desenvolvidas para o mercado publicitário e anunciante ou para o segmento da economia que representam.

2.8. RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

Objetivo: Valorizar e fomentar as melhores práticas de responsabilidade socioambiental desenvolvidas por editoras, agências de propaganda e fornecedores que tenham uma atuação segmentada.

Cases: Poderão ser inscritos cases de revistas, anuários, guias, listas, campanhas e serviços cujo principal objetivo seja fomentar ações de responsabilidade social e/ou ambiental nos quesitos educação, cultura, inclusão social, filantropia, meio ambiente e desenvolvimento pessoal.

2.9. RELACIONAMENTO

Objetivo: Valorizar as melhores práticas de atendimento e relacionamento com o cliente tanto de telemarketing ativo e de centrais de atendimento receptivo como de Serviço de Atendimento ao Cliente - SAC.

Cases: Poderão ser inscritos cases de editoras de mídia impressa e/ou digital que contemplem projetos que envolvam desde a venda de assinaturas até o agendamento de visitas comerciais, telemarketing, retenção de clientes ou atendimentos como ouvidoria, SAC e HelpDesk.

2.10. MULTIMÍDIA

Objetivo: Reconhecer as ações que utilizaram vários canais de mídia simultaneamente ou em momentos distintos, desde que evidenciem a sinergia entre eles – revistas, anuários, guias, listas, sites e portais.

Cases: Poderão ser inscritos cases de editoras que obtiveram sucesso com a integração de mídias ofertando conteúdo relevante para uma audiência segmentada.

2.11. MUNDO DIGITAL

Objetivo: Reconhecer e valorizar publicações on-line e conteúdos produzidos e disponibilizados na web por editoras de revistas, anuários, guias e listas que se destacaram por sua criatividade e relevância no mercado editorial, publicitário ou junto a uma audiência segmentada.

Cases: Nesta categoria poderão ser inscritos cases de editoras de publicações on-line, empresas de comunicação ou agências de propaganda que possuam ações específicas realizadas por meio digital, tais como sites, portais, páginas de web, hot sites, ou um novo conteúdo on-line que esteja integrado à mídia impressa.

2.12. JORNALISTA

Os associados da ANATEC indicarão à Comissão Organizadora do **VI PRÊMIO ANATEC** jornalistas que tenham se destacado por seu trabalho de divulgação e valorização da comunicação segmentada no ano de 2009.

Entre os(as) indicados(as), a Comissão Organizadora definirá o(a) Jornalista do Ano que deverá receber esta insígnia.

2.13. PROFISSIONAL DE VENDAS

Revistas

Anuários/Guias/Listas

Sites e Portais

Nesta categoria, os associados da ANATEC indicarão à Comissão Organizadora do **VI PRÊMIO ANATEC** profissionais que tenham se destacado no cumprimento de suas atividades, superando metas e objetivos propostos na comercialização de espaços publicitários para uma ou um conjunto de publicações, sejam elas revistas, anuários, guias, listas, sites ou portais, durante o ano de 2009.

Entre os(as) indicados(as) será definido o (a) Profissional de Vendas do Ano

2.14. AGÊNCIA DE PROPAGANDA

Os associados da ANATEC indicarão à Comissão Organizadora do **VI PRÊMIO ANATEC** as agências de propaganda que investiram em publicações segmentadas durante o ano de 2009, sejam elas on-line ou off-line. Entre as indicadas, a Comissão Organizadora definirá a Agência de Propaganda do Ano que deverá receber esta insígnia.

2.15. PROFISSIONAL DE MÍDIA

Nesta categoria, os associados da ANATEC indicarão à Comissão Organizadora do **VI PRÊMIO ANATEC** profissionais de mídia que tenham se destacado em 2009 por seu trabalho junto aos editores de publicações segmentadas. Entre os(a) indicados(as), será definido pela Comissão Organizadora o Profissional de Mídia do Ano.

3. DAS INSCRIÇÕES, PRAZOS, VALORES E FORMAS DE PAGAMENTO:

As inscrições para o **VI PRÊMIO ANATEC** deverão ser realizadas até 26 de maio de 2010, por meio do preenchimento da ficha de inscrição diretamente no site: www.premioanatec.com.br. Poderão inscrever-se associados e não associados da ANATEC, mediante o pagamento das seguintes taxas para as categorias de 2.1. a 2.11.

ASSOCIADOS DA ANATEC

Prazos	Até 26/03/10	Até 26/04/10	Até 26/05/10
Total à Vista*	R\$ 800,00	R\$ 960,00	R\$ 1.160,00
Total Parcelado	R\$ 880,00	R\$ 1.060,00	R\$ 1.280,00
4 Parcelas Mensais**	R\$ 220,00	R\$ 265,00	R\$ 320,00

DEMAIS INSCRIÇÕES

Prazos	Até 26/03/10	Até 26/04/10	Até 26/05/10
Total à Vista*	R\$ 1.200,00	R\$ 1.440,00	R\$ 1.730,00
Total Parcelado	R\$ 1.320,00	R\$ 1.590,00	R\$ 1.890,00
3 Parcelas Mensais**	R\$ 440,00	R\$ 530,00	R\$ 630,00

* Cada inscrição terá direito a receber gratuitamente 2 (dois) convites do evento de premiação.

** Pagamento em parcelas mensais e consecutivas com o 1º (primeiro) vencimento até a data limite do prazo de inscrição respectivo.

A partir do segundo case inscrito por editora ou empresa, haverá um desconto de 20% (vinte por cento) por inscrição adicional.

4. DOS CASES

Os cases das categorias 2.1. a 2.11. do **VI PRÊMIO ANATEC** deverão ser entregues para avaliação dos jurados até 07/06/2010, em formato de relatório, impresso e encadernado em 4 (quatro) vias, juntamente com 1 (uma) cópia digital na sede da ANATEC: Rua Mourato Coelho, 798 - 6º andar - conjunto 61 – São Paulo / SP – CEP 05417-001. As indicações previstas nas categorias 2.12 a 2.15. deverão ser feitas pelo e-mail premio@anatec.org.br e direcionadas à Comissão Organizadora até 07/06/2010.

Cada editora ou empresa inscrita receberá um roteiro para a elaboração do case e, sendo necessário, poderá solicitar esclarecimentos adicionais à Comissão Organizadora.

Observação: A Comissão Organizadora, composta pelo

presidente executivo da ANATEC, pelo presidente e vice-presidente do Conselho de Administração da ANATEC e por dois diretores da GARRIDO MARKETING, poderá não aceitar a inscrição de determinado case em uma categoria, se o mesmo não estiver de acordo com este Regulamento.

5. DO JÚRI E DO JULGAMENTO

Os cases inscritos serão analisados por categoria e cada grupo assim constituído será julgado por um conjunto de 3 (três) profissionais de notoriedade que atuam no setor de publicações e de mídia.

Durante o processo de julgamento, o júri poderá solicitar informações complementares às empresas participantes sobre qualquer case em análise. O júri e a Comissão Organizadora do **VI PRÊMIO ANATEC** são soberanos e o resultado do julgamento não será passível de recurso algum.

A Comissão Organizadora fará a computação das notas e a divulgação das empresas vencedoras.

Os vencedores por categoria serão informados logo após o julgamento e a apuração dos resultados. Entretanto, somente no evento de premiação tomarão conhecimento da classificação de seu case (ouro, prata ou bronze).

6. DA PREMIAÇÃO

Os vencedores do **VI PRÊMIO ANATEC** receberão um troféu e um certificado no evento de premiação, cujo local e horário serão informados com antecedência pela Comissão Organizadora. A entrega da premiação está prevista para a segunda quinzena de agosto de 2010.

7. CONSIDERAÇÕES GERAIS

A ANATEC e a GARRIDO promoverão ampla divulgação do **VI PRÊMIO ANATEC** em todas as suas fases, tanto na mídia especializada de propaganda e marketing como em veículos de ampla circulação.

A ANATEC poderá utilizar, parcial ou integralmente, os cases em eventos e debates no Brasil e no Exterior, bem como reproduzi-los em vídeos, livros ou em outras mídias. Os cases não classificados não serão divulgados e terão suas cópias inutilizadas no final do processo de julgamento.

As datas não previstas e os casos omissos neste Regulamento serão definidos pela Comissão Organizadora do **VI PRÊMIO ANATEC**.

INSCREVA-SE!
MAIS INFORMAÇÕES:
WWW.PREMIOANATEC.COM.BR
PREMIO@ANATEC.ORG.BR



Organização:

Realização:

