



aberto ccp brief  
brief aberto ccp  
aberto ccp brief

## **Regulamento Brief Aberto CCP \_ IKEA**

### **ARTIGO 1º Descrição do Concurso**

O **Clube Criativos de Portugal (CCP)**, em parceria com a **IKEA**, lança um briefing aberto a todos os jovens profissionais do país, que tenham entre 18 (dezoito) e 30 (trinta) anos. Este é um concurso que pretende dar visibilidade a novos talentos na área da criatividade, desafiando os jovens a desenvolver uma **campanha em social media sobre a semana de inclusão da IKEA**.

### **ARTIGO 2º Critérios de avaliação do Júri**

1. Adequação e originalidade da ideia proposta;
2. Capacidade de passar a mensagem pretendida ao público-alvo;
3. Capacidade, adequação ao tema e originalidade;
4. Atratividade visual da campanha.

### **ARTIGO 3º Breve enquadramento sobre a marca:**

Mobiliário e artigos para a casa bem desenhados, sustentáveis e funcionais.

A IKEA Portugal, pertencente ao Grupo Ingka, entrou no país em 2004 com a abertura da IKEA Alfragide e tem, hoje em dia, 5 lojas no país - Alfragide, Loures, Loulé, Matosinhos e Braga - uma plataforma de venda online, três Estúdios de Planificação - Cascais, Seixal e Sintra - e vários Pontos de Recolha de encomendas em todo o país.

No total, a IKEA Portugal emprega cerca de 2.500 colaboradores e recebe cerca de 16.7 milhões de visitas anualmente nas lojas físicas e 34 milhões online. A IKEA, marca de origens suecas, oferece artigos para a casa, bem desenhados, sustentáveis e funcionais, sempre a preços acessíveis.

### **A nossa missão**

*“Somos apaixonados pela vida em casa. A nossa cultura assenta no entusiasmo, união e numa atitude de fazer o que tem de ser feito. Somos otimistas, procuramos constantemente novas e melhores formas de fazer coisas: de como criar uma cadeira de baloiço que caiba numa embalagem plana, a criar lâmpadas LED que sejam acessíveis a todos. A nossa visão é criar um melhor dia a dia para a maioria das pessoas: para os clientes e também para os nossos colaboradores e as pessoas que trabalham nos nossos fornecedores.”*

## **ARTIGO 4º**

### **Desafio**

#### **O que se pretende?**

Desenvolver uma **campanha em social media sobre a semana de inclusão da IKEA** que decorre habitualmente em dezembro. Uma campanha que possa relembrar a todos este posicionamento e atividades que decorrem na “Semana para a Inclusão”.

#### **Que meios vamos usar? Que peças devem desenvolver?**

Fica à consideração do participante escolher quais os meios a desenvolver para vender a sua ideia, tendo em consideração as necessidades da marca:

- Social Media posts com um mínimo de 4 imagens
- Gif/animação
- Outros suportes para social media

#### **Insight**

Em pleno século XXI, e depois de tantas campanhas e informação sobre a inclusão, continuam a chegar mensagens xenofónicas e anti-LGBT.

A IKEA pretende reconhecer que o progresso é difícil e requer trabalho, coragem e determinação. “enaltecer o caminho que foi feito até agora” e reconhecer que ainda há muito para fazer até acabarmos com a discriminação.

O estudo IKEA, realizado em fevereiro de 2020 pela **GlobeScan**, com uma amostra de 828 portugueses, mostra-nos que:

- **53%** dos portugueses concorda que **casais do mesmo género devem poder casar**
- **58%** dos portugueses concorda que as pessoas devem ser **livres de escolher o que vestir e como viver de acordo com o género com que se identificam**, mesmo que tenham nascido com outro género
- **48%** dos portugueses afirma que está **confortável e feliz em socializar e ser amigo de pessoas que se sentem atraídas por outras pessoas do mesmo género**

Links de apoio:

[Assim é a IKEA](#)

[Igualdade, Diversidade e Inclusão](#)

[Podcast Igualmente](#)

[Como a IKEA tem reforçado aposta na diversidade, de dentro para fora](#)

[Quando o local de trabalho é tão diverso e inclusivo como o mundo deveria ser](#)

## **ARTIGO 5º**

### **Target**

Esta campanha tem 2 públicos-alvo:

- Colaboradores IKEA
- Consumidor

## **ARTIGO 6º**

### **Mensagem principal**

A igualdade é um direito humano fundamental que se reflete nos nossos valores, na nossa crença nas pessoas e no respeito mútuo. Valorizamos as diferenças individuais e encorajamos todos a serem eles próprios (inclusive colaboradores), porque a singularidade de cada indivíduo torna o mundo e a IKEA melhor.

## **ARTIGO 7º**

### **Normas de utilização do logótipo**

Para a criação da proposta deve utilizar-se o logótipo da marca IKEA conforme manual de normas “Guidelines de comunicação IKEA”.

## **ARTIGO 8º**

### **Condições de participação**

Quem pode participar:

1. Jovens dos 18 (dezoito) aos 30 (trinta) anos, à data 31 dezembro 2021;
2. Jovens portugueses e estrangeiros (com comprovativo de residência em Portugal);
3. Só pode ser apresentada uma proposta por participante, no entanto, são aceites trabalhos de duplas criativas, sendo que o prémio será a dividir pela dupla.

## **ARTIGO 9º**

### **Candidatura**

A candidatura deve ser submetida de acordo com o presente Regulamento e de acordo com as regras relativas ao concurso.

1. Preenchimento e submissão do formulário ficha de inscrição:

<https://forms.gle/KhNdZZaL9xWvcuZ29>

Após inscrição do formulário será atribuído pela organização um ID (número de identificação), que deverá ser utilizado para identificar a proposta a concurso (a identificação do/s autor/es não pode constar diretamente nas propostas).

Caso não receba o ID até 48h após submetida a inscrição por favor enviar email para [briefabertoccp@clubecriativos.com](mailto:briefabertoccp@clubecriativos.com).

2. Submissão da Declaração assinada e Proposta em PDF no formulário

<https://forms.gle/oRhqt4E8aBqhUJKA6>

## **ARTIGO 10º** **Trabalho a apresentar**

Proposta apresentada em PDF de acordo com o regulamento e briefing lançado:

O PDF deverá conter:

**Racional criativo da campanha;**

**Apresentação da proposta;**

1. Submissão da proposta em ficheiro PDF alta resolução até 100Mb no formulário <https://forms.gle/oRhqt4E8aBqhUJKA6> ou para o e-mail [briefaberto2021@gmail.com](mailto:briefaberto2021@gmail.com) identificado com o ID (número de identificação) atribuído pela organização após inscrição no formulário <https://forms.gle/KhNdZZaL9xWvcuZ29>
2. A **identificação do/s autor/es não pode constar diretamente nas propostas**. Utilizar ID (número de identificação) atribuído pelo CCP para identificação da proposta.

## **ARTIGO 11º** **Júri**

O Júri é constituído por 5 (cinco) elementos:

- 3 (três) representantes do CCP
- 2 (dois) representantes IKEA

## **ARTIGO 12º**

### **Prémio**

1. Será premiada apenas 1 proposta;
2. Prémio é monetário de 1.000,00 € (mil euros)
3. Caso o trabalho seja realizado em dupla, o prémio será dividido entre ambos os concorrentes.
4. O/s representante/s da proposta vencedora assinam um documento de quitação receção do prémio com identificação do valor do recibo;
5. A IKEA é detentora de todos os direitos de usufruto da proposta vencedora, tal como ela é apresentada pelo/s candidato/s (direitos de utilização e imagem em todos os meios), a qual poderá ser objeto de adaptações a realizar pela marca;
6. Fica a cargo da IKEA a decisão de execução ou não da proposta vencedora, bem como a seu cargo todos os custos de produção;
7. Os/s autores/es da proposta vencedora são anunciados no dia 2 de outubro no âmbito do XXIII Festival CCP 2021. O/s seu/s nome/s e projeto vencedor, será divulgado nos sites, newsletters, comunicado de imprensa e redes sociais do Clube Criativos e da IKEA.
8. Os concorrentes, não vencedores, são detentores de todos os direitos sobre as suas candidaturas e ideias apresentadas.

## **ARTIGO 13º**

### **Calendário**

- 1. Envio propostas até dia 20 de agosto até às 18h00.**
2. O Júri irá avaliar propostas online e nomear até um máximo de 10 (dez) propostas para shortlist até 16 de setembro.
3. Nomeados shortlist a anunciar 16 de setembro.
4. O Júri irá reunir presencialmente em setembro para eleger o vencedor.
5. Divulgação de Vencedor no dia 2 de outubro, no decorrer do Festival CCP 2021, na sala Atmosferas da escola ETIC pelas 20h00. (caso não seja possível, o vencedor será divulgado online pelo representante da marca).
6. 5. Entrega de Prémio (valor monetário) a efetuar até final Outubro 2021.

**ARTIGO 14º**  
**Privacidade e Proteção de Dados Pessoais**

1. O responsável pelo tratamento dos dados pessoais é a IKEA – pessoa coletiva de direito privado e utilidade pública administrativa com o número 505416654 e sede na Rua 28 de Setembro, En 250 2660-001 Frielasque os tratará conjuntamente com o Clube de Criativos de Portugal (CCP), parceiro no “Brief Aberto CCP\_IKEA”.
2. Os dados pessoais tratados serão os estritamente necessários com a finalidade de validar as inscrições no concurso, bem como de assegurar as necessárias condições de participação.
3. No decorrer desta iniciativa ocorrerá também a recolha de som e imagens, em todos os espaços afetos ao património da IKEA e do CCP e, bem assim, no decorrer de cerimónia de entrega dos prémios resultantes deste concurso, em espaço destinado a esse fim, com vista à promoção e comunicação do apoio concedido pela IKEA dando dessa forma visibilidade, junto do público em geral, ao contributo da Instituição para o fomento e a divulgação nacional e internacional da arte criativa. Estes registos poderão ser objeto de transmissão, reprodução, publicação, promoção e adaptação, nos meios e suportes que a IKEA e o Clube entenderem por bem, da disponibilização das imagens e/ou som, bem como, conteúdos produzidos, designadamente para a comunicação social; website da IKEA; suas redes sociais e profissionais e folhetos ou boletins de informação em que sejam convidados a participar.
4. O tratamento de dados pessoais têm por base o consentimento livre, específico, informado e explícito dos participantes neste concurso. Ao assinalar positivamente, através de um visto, o Termo de Consentimento para o Tratamento de Dados Pessoais disponibilizado, estará a manifestar concordância e autorização a que os seus dados pessoais sejam utilizados neste âmbito.
5. Os dados pessoais dos concorrentes são tratados e conservados pela IKEA e pelo parceiro CCP no estrito cumprimento da legislação aplicável, sendo armazenados em sistemas de informação específicos ou em arquivos físicos.
6. O prazo de conservação dos dados varia de acordo com a finalidade para a qual a informação é utilizada, pelo que, nessa medida, os dados de faturação

são conservados por um período de 10 (dez) anos, tomando, também, por referencial para a determinação do período de conservação adequado o Regulamento, bem como, as várias deliberações das autoridades de controlo de proteção de dados, nomeadamente da CNPD. O parceiro CCP assume os mesmos prazos de conservação sobre a informação partilhada.

7. No que respeita aos seus dados pessoais, poderá:

Solicitar, a todo o tempo, o acesso aos dados pessoais que lhe digam respeito, bem como a sua retificação, eliminação ou a limitação do seu tratamento, ou opor-se ao seu tratamento – verificadas as condições legalmente previstas. O exercício destes direitos poderá ser feito preferencialmente por escrito, junto do parceiro CCP, para estes efeitos, o e-mail:

[briefabertoccp@clubecriativos.com](mailto:briefabertoccp@clubecriativos.com).

Apresentar, sem prejuízo de qualquer outra via de recurso administrativo ou judicial, uma reclamação à CNPD ou a outra autoridade de controlo competente, nos termos da lei, caso entenda que o tratamento dos seus dados pessoais pela IKEA ou pelo CCP não respeitem a legislação aplicável.

8. Nos termos do Regulamento (EU) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, bem como da Lei nº 58/2019, de 8 de agosto, são garantidos os direitos constantes na informação cedida relativa à participação no “Brief Aberto CCP\_ IKEA” designadamente, a possibilidade de retirar, a qualquer momento, o consentimento para o tratamento dos dados pessoais, para as finalidades referidas, o que não invalida, no entanto, o tratamento dos mesmos efetuado até essa data, com base no consentimento previamente dado.

## **ARTIGO 15º**

### **Disposições finais**

1. A participação neste concurso implica a aceitação deste regulamento;
2. A inscrição e seu conteúdo serão da inteira responsabilidade de cada candidato;
3. O concorrente vencedor deverá apresentar um recibo para a receção do seu prémio monetário;



4. Todos os projetos deverão ser inéditos e originais e deverão ser criações dos próprios concorrentes;

Ambos documentos: “Ficha de inscrição e consentimento para o tratamento de dados” e “Declaração” devem ser preenchidos no formulário <https://forms.gle/KhNdZZaL9xWvcuZ29> A linha apoio candidaturas será o telemóvel nº. 915 195 910

5. Situações omissas no presente regulamento serão resolvidas pela organização, não havendo lugar a reclamação ou recurso das respetivas deliberações.

FIM