



REGULAMENTO

CATEGORIA PR – PUBLIC RELATIONS
V3 EM 06/04/18

A publicação deste regulamento ainda não é garantia de que as vagas serão oferecidas em 2018, nem em número nem para todas as duplas. O número exato de delegados em 2018 e duplas de competição só serão divulgados após a definição e confirmação dos patrocinadores.

A publicação deste regulamento destina-se a dar conhecimento das mudanças e dirimir dúvidas.

ATENÇÃO PARA O PRAZO FINAL: 10 DE MAIO

O programa Young Lions Brazil é resultado do sucesso e excelência profissional de 417 profissionais selecionados desde 1995 e que são, hoje, os líderes em suas categorias.

APOIO E PATROCÍNIO:

- **Público alvo:** Planejadores, pesquisadores, profissionais que trabalham com a formulação e gestão estratégica da comunicação comercial em qualquer plataforma, instituições e/ou empresas especializadas.
- **Realização:** Estadão - Representante oficial do Festival Internacional de Criatividade Cannes Lions.
- **Organização:** Editora Referência e Emmanuel Publio Dias.
- **Apoio:** Abracom

PARA PARTICIPAR:

- Ter até 30 anos (ter nascido em ou após **22 de junho de 1987**);
- Jamais ter sido delegado do Festival Internacional de Criação Cannes Lions, em qualquer categoria;
- Ter residência física no Brasil, do momento da inscrição até a data de realização do Cannes Lions Festival;
- Preencher a ficha de inscrição, que estará oportunamente disponível em www.younglions.com.br;
- Enviar portfólio e documentação conforme descrito abaixo.
- Ler e aceitar este regulamento, na íntegra, bem como as instruções contidas no FAQ publicado neste mesmo site;
- Não estar em conformidade com qualquer das condições acima resultará na desclassificação do participante, em qualquer momento no programa, sem direito a restituição do valor da inscrição.



INSCRIÇÃO:

- Todos os portfólios devem ser publicados on-line.
- Uma vez publicados, os portfólios não poderão ser alterados.
- A publicação deste regulamento ainda não garante o número de vagas que serão oferecidas em 2018. A publicação antecipada do regulamento destina-se a dar conhecimento das mudanças e dirimir dúvidas.
- Os participantes poderão enviar UMA campanha de sua escolha identificada em pasta específica. A pasta deve conter um índice exatamente igual ao que estará na ficha de inscrição, com a relação de cada peça exposta e seu suporte de comunicação (mídia on e off line, campanhas, projetos, promoção, eventos, ponto de venda, etc).
- Na pasta, poderá (não é obrigatório) incluir UM vídeo-case referente à campanha/peça/projeto.
- Repetindo: uma vez publicados, os portfólios não poderão ser alterados.
- É proibido identificar (nas peças e nos cases enviados) a empresa ou qualquer outra instituição onde o candidato trabalhe ou tenha trabalhado.
- Todos os inscritos na categoria PR deverão obrigatoriamente publicar a pasta enviada em um blog, site, hotsite, ou qualquer plataforma on-line criada exclusivamente para este fim. O link para a pasta eletrônica será exigida no momento da inscrição, será divulgado publicamente e servirá de base para a votação do short-list, bem como a avaliação dos jurados.
- As inscrições que não estiverem rigidamente dentro das especificações serão retiradas da lista a qualquer momento e, mesmo que eventualmente votadas e classificadas, não serão levadas a julgamento.

MATERIAL PARA ENVIO:

Os profissionais desta categoria deverão enviar 1 (um) case, que tenham concebido ou participado. No caso de cases realizados por equipes, informar o nome de todos os participantes do grupo (apenas o participante inscrito será avaliado pelo júri). O case poderá seguir uma das duas formulações abaixo:

1) CAMPANHA INTEGRADA

Programas que utilizam múltiplas plataformas de comunicação em uma campanha. Os candidatos serão julgados com base no sucesso da campanha e em como eles integraram os elementos ou canais escolhidos. Demonstrar como os diferentes tipos de ações de PR e outras disciplinas se complementam, como comunicam a mensagem da marca e/ou mudam a percepção do consumidor e suas atitudes.

2) INVESTIMENTO / DESEMPENHO CRIATIVO DA CAMPANHA

Os candidatos devem demonstrar como uma campanha de baixo orçamento atingiu seus objetivos. Candidatos devem detalhar o orçamento total, bem como prover informações sobre táticas ou iniciativas utilizadas para entregar a campanha.



O CASE DEVERÁ APRESENTAR:

- Um **TÍTULO**.
- Um **ÍNDICE**, as peças ou ações descritas.
- Um **SUMÁRIO** com no máximo 200 palavras para o projeto inscrito, enfatizando o pensamento por trás do projeto e as razões pelas quais ele merece ser distinguido.

O CASE DO PROJETO:

- O case deve ter no máximo 1.500 palavras, contemplando:
 - Como o trabalho de relações públicas contribuiu para a solução final.
 - Como a sua ajuda, em termos estratégicos e criativos, utilizando as ferramentas de PR, foi fundamental para se chegar ao produto final de comunicação.
 - A formatação estrutural e estética do trabalho é livre: você pode dividir a história em quantos capítulos quiser, bem como incluir as imagens que achar necessárias para ilustrá-lo.
 - O concorrente se identificará apenas com seu NOME e CATEGORIA, não sendo permitido mencionar ou indicar a empresa para a qual trabalha (restrição que deverá ser mantida em toda a apresentação dos cases).
 - Na mesma folha de capa, incluir o TÍTULO, o ÍNDICE e o SUMÁRIO de 200 palavras.

O que estará em julgamento é a importância do trabalho do profissional de PR para a excelência do trabalho final.

DOCUMENTAÇÃO A SER ENVIADA JUNTO (ALÉM DO PORTFOLIO):

Upload no momento da inscrição:

1. Comprovantes de atividade profissional, com no mínimo dois (2) anos de experiência no mercado. Serão aceitos apenas: cópia da carteira de trabalho, contrato de trabalho temporário ou estágio oficial, e carta dos empregadores declarando o período de trabalho, com identificação (papel timbrado e CNPJ, assinada por sócio/diretor da empresa contratante ou departamento de RH). No caso de PJ, notas fiscais que cubram o período de 2 anos de atividades.
2. Cópia do Passaporte válido para viagem à França em junho de 2018.
3. Comprovante de depósito de R\$ 250,00.
Caso você já tenha se inscrito em outras edições do Young Lions Brasil ou tenha participado de algum evento da entidade profissional apoiadora (Clube de Criação, Abedesign, APRO, ABA, Grupo de Atendimento, Grupo de Mídia-SP, Grupo de Planejamento, Abracom) nos doze meses anteriores à sua inscrição, o valor será R\$210,00)

Dados Bancários:

Banco Bradesco

Agência 2282

C/C 016122-5 (Young Creatives)

CNPJ 04.032.625/0001-96.

4. A carta “endorsement” é opcional. Trata-se de uma declaração de algum profissional com quem tenha trabalhado no case apresentado (agência ou cliente) que possa nos dizer algo sobre você e seu trabalho.



JÚRI E CRITÉRIOS DE JULGAMENTO:

- O júri especial de PR – Relações Públicas será formado por Young Lions de anos anteriores e/ou profissionais indicados:
 - Pela Abracom.
 - Pelos Organizadores.
 - Pela a comunidade Young Lions Brazil, em votação aberta entre eles.
- O júri definirá seus critérios de notas e julgamento, dentro dos parâmetros do regulamento geral. Sua decisão é irrecurável.
- O júri, a seu critério, poderá se utilizar do resultado da votação do shortlist on-line para elaborar seu próprio shortlist.
- Os mais votados no shortlist do júri poderão ser convidados para uma apresentação pessoal de seu case.
- Os selecionados serão aqueles que obtiverem as melhores médias dos jurados e somente eles terão seus nomes divulgados e proclamados junto com toda a delegação Young Lions Brazil 2018, em data e local a serem divulgados.
- O número de Young Lions escolhidos será definido pelos organizadores, em função do número de patrocinadores da categoria até o limite de 10% do total de inscritos na categoria.
- O júri poderá indicar uma reserva de participantes que serão eventualmente escolhidos se, após a realização do júri, novos patrocinadores se apresentarem (sempre respeitando o limite de 10% do total de inscritos).

Contato: younglionsbrasil@gmail.com