REGULAMENTO E CONDIÇÕES

VID

VINHO E DESIGN

CONCURSO INTERNACIONAL DE PACKAGING DE VINHO 4.ª EDIÇÃO

Encerramento das inscrições:
6 de novembro

CONTEÚDO

O QUE SÃO OS PRÉMIOS VID	2
QUEM PODE PARTICIPAR	2
CONDIÇÕES GERAIS	2
PRÉMIOS ATRIBUÍDOS	3
PROCESSO DE VOTAÇÃO DO JÚRI	3
TAXAS DE INSCRIÇÃO	4
CATEGORIAS	5
CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO	5
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS	6
PRÉMIOS ESPECIAIS	7
CONTACTO	8

O QUE SÃO OS PRÉMIOS VID

É o Concurso Internacional de Packaging de Vinho, organizado pelo Club de Marketing de La Rioja, cuja terceira edição se realizará em dezembro de 2026, em Logroño. Estes prémios destinam-se a reconhecer a excelência na conceptualização, design e execução do packaging de vinho, entendendo-se por este o conjunto formado pela garrafa, rótulo, contrarrótulo e cápsula, no caso das embalagens tradicionais de vidro, ou por qualquer conjunto semelhante no caso de embalagens de outro tipo (alumínio, cartão, plástico, etc.).

O objetivo do concurso é identificar o melhor do packaging de vinho, para além dos limites do design, promover a cultura do design no packaging vinícola e servir como ferramenta de divulgação e promoção. Com a sua participação, os concorrentes ajudam a definir o estado da arte da indústria. Trata-se dos únicos prémios internacionais dedicados exclusivamente à qualidade, criatividade gráfica e execução do packaging no mundo do vinho.

QUEM PODE PARTICIPAR

Podem participar no Concurso adegas de todo o mundo ou, em seu nome, estúdios de design, agências ou profissionais independentes que tenham desenvolvido trabalhos de design de packaging de vinhos enquadráveis em qualquer uma das categorias e que cumpram os critérios de admissão dos prémios.

As candidaturas devem corresponder a vinhos que sejam atualmente comercializados no mercado ou que o tenham sido nos últimos dois anos, 2024 e 2025, numa quantidade superior a 100 unidades. Os participantes deverão poder comprovar este facto caso a organização do concurso o solicite.

Ao efetuarem a inscrição, os participantes comprometem-se a disponibilizar à organização do concurso todos os materiais que sejam necessários, incluindo o envio de um número limitado de unidades de cada uma das peças apresentadas.

Inscrições internacionais: no envio das garrafas e embalagens, deverá constar no exterior da encomenda a seguinte mensagem: "International Awards, Content No Comercial Value". Caso o material enviado não coincida com o apresentado no PDF da inscrição, a candidatura será automaticamente excluída. Nessa circunstância, não haverá lugar a qualquer reclamação.

Os membros do júri não podem apresentar candidaturas.

CONDIÇÕES GERAIS

Serão admitidos todos os trabalhos relativos a produtos que sejam atualmente comercializados no mercado, ou que o tenham sido nos anos de 2023 e 2024, e que não tenham sido apresentados em edições anteriores dos Prémios VID. A data de lançamento do produto no mercado não é relevante, desde que o produto cumpra o requisito descrito neste mesmo parágrafo.

Os designs apresentados podem ter, no máximo, 3 anos de antiguidade.

Não poderá ser inscrita qualquer produção que não tenha sido previamente autorizada pela adega ou pelo designer. Em qualquer caso, a responsabilidade caberá à pessoa ou entidade que efetuar a inscrição. Do mesmo modo, não poderá ser apresentado qualquer projeto cujo conteúdo tenha sido declarado ilícito pelos tribunais ou por organismos de autorregulação publicitária relativamente à mensagem transmitida.

Todo o material e documentação apresentados passarão a fazer parte do arquivo da organização dos Prémios VID, ficando autorizada a exibição pública ou privada das peças apresentadas. Para efeitos de promoção do festival, os participantes autorizam a exibição dos seus trabalhos, em apresentações públicas ou privadas, tantas vezes e em tantos locais quanto seja considerado oportuno, bem como a sua edição, distribuição e venda como compilação do conteúdo dos Prémios VID. Os organizadores não se responsabilizam por eventuais reclamações decorrentes dessas apresentações.

A organização e/ou o júri reservam-se o direito de alterar a categoria das inscrições de material sempre que o considerem oportuno.
Os participantes premiados terão o direito de divulgar os prémios obtidos nos Prémios VID, utilizando o logótipo e o selo da edição de 2026.
A apresentação de qualquer trabalho inscrito implica a aceitação do presente regulamento pela pessoa ou entidade responsável pela inscrição.

Cada trabalho ou peça corresponderá a UMA inscrição por cada secção em que seja inscrito.

As inscrições serão efetuadas exclusivamente através da Internet, por meio da ferramenta Koolfest, no site www.premiosvid.com. Em cada ficha de inscrição deverá ser incluída uma sinopse informativa, que figurará na exposição dos prémios e ajudará o júri a compreender claramente a abordagem da ação desenvolvida. As inscrições só serão consideradas totalmente formalizadas após a receção dos materiais, através da plataforma Koolfest, bem como do respetivo pagamento. Consultar o detalhe dos materiais em cada uma das secções.

Os participantes que venham a ser premiados autorizam expressamente a Organização e o secretariado técnico a divulgar os seus nomes, imagens, dados pessoais e materiais inscritos pelos meios e nas formas que considerem convenientes, sem direito a qualquer compensação por esse motivo. Todo o material inscrito ficará na posse da organização e do secretariado técnico e será incorporado no respetivo arquivo, podendo ser utilizado para fins de promoção e divulgação dos Prémios VID. Ao inscrever o material, cada participante autoriza automaticamente a Organização a realizar apresentações dos prémios e a divulgá-las através de qualquer meio de comunicação nacional ou internacional, físico ou digital. A inscrição de trabalhos nos Prémios VID implica a aceitação do respetivo regulamento e da autoridade dos seus organizadores e do secretariado técnico. As situações não previstas neste regulamento serão resolvidas pela organização e pelo secretariado técnico, sendo a sua decisão irrecorrível.

PRÉMIOS ATRIBUÍDOS

Os finalistas receberão um diploma e o vencedor receberá um troféu. A informação relativa aos finalistas será tornada pública após a deliberação do júri.

O júri não é obrigado a atribuir prémios em todas as secções, podendo declarar desertas aquelas que considere não terem recebido inscrições com qualidade suficiente para serem premiadas. É necessário um mínimo de 2 projetos com mérito por categoria para que esta não seja declarada deserta.

Os vencedores poderão solicitar uma réplica dos troféus até 15 de janeiro de 2027.

PROCESSO DE VOTAÇÃO DO JÚRI

A criatividade, a qualidade, a execução e a eficácia são os principais critérios de avaliação em todas as categorias, embora não sejam os únicos. Cada secção inclui uma ponderação de diferentes fatores que o júri terá em consideração. O júri atenderá às características específicas do mercado e às suas limitações na avaliação das peças apresentadas. O júri, selecionado pelos Prémios VID, avaliará cada peça na reunião presencial de novembro de 2026 e online, através da ferramenta de votação dos prémios, numa escala de 1 a 7, sendo 7 a pontuação máxima para a avaliação dos trabalhos.

Depois de concluída a avaliação de cada secção, o júri discutirá a atribuição dos prémios a todos os trabalhos que tenham obtido uma média entre 4 e 7 pontos, sendo o tipo de galardão decidido por maioria simples dos membros do júri presentes.

Em caso de empate, a decisão caberá ao presidente do júri, desde que este não esteja diretamente envolvido no projeto. Nesse caso, a decisão será tomada pelo secretário do júri.

TAXAS DE INSCRIÇÃO

O preço da inscrição é de 165€ + IVA e inclui uma entrada para a Cerimónia de Entrega de Prémios. Para os membros do Club de Marketing e organizações parceiras, o preço base será de 115€ + IVA. *A categoria Jovens Talentos do Design não tem qualquer custo de inscrição.*

Preço de inscrição geral:

	Até 31 de agosto	**Até ao encerramento**
Preço unitário	135 €	165 €
Preço x 5	675 €	825 €
Pack x 5 (desc. 20%)	**540 €**	**660 €**

Preço de inscrição para membros e organizações parceiras:

	Até 31 de agosto	**Até ao encerramento**
Preço unitário	95 €	115 €
Preço x 5	475 €	575 €
Pack x 5 (desc. 15%)	**380 €**	**460 €**

A estes preços acresce IVA à taxa de 21%.

Transferência bancária em nome do Club de Marketing de La Rioja para a conta do banco Ibercaja:

- **IBAN: ES16 2085 5651 3203 0047 9666**
- **SWIFT: CAZRES2Z**
- **REFERÊNCIA: PREMIOS VID**

Cartão bancário através do sistema de inscrição.

Não são aceites reembolsos após a conclusão do processo de pagamento da inscrição.

CATEGORIAS

1. Melhor Packaging de Vinho Branco

Serão avaliados os trabalhos relativos ao conjunto de atividades e materiais utilizados para conceber, produzir e apresentar a embalagem das garrafas de vinho, procurando desempenhar um papel crucial na comercialização e

diferenciação do produto no mercado, neste caso no setor dos vinhos brancos.

2. Melhor Packaging de Vinho Rosé

Serão avaliados os trabalhos relativos ao conjunto de atividades e materiais utilizados para conceber, produzir e apresentar a embalagem das garrafas de vinho, procurando desempenhar um papel crucial na comercialização e diferenciação do produto no mercado, neste caso no setor dos vinhos rosés.

3. Melhor Packaging de Vinho Espumante

Serão avaliados os trabalhos relativos ao conjunto de atividades e materiais utilizados para conceber, produzir e apresentar a embalagem das garrafas de vinho, procurando desempenhar um papel crucial na comercialização e diferenciação do produto no mercado, neste caso no setor dos vinhos espumantes.

4. Melhor Packaging de Vinho Tinto

Serão avaliados os trabalhos relativos ao conjunto de atividades e materiais utilizados para conceber, produzir e apresentar a embalagem das garrafas de vinho, procurando desempenhar um papel crucial na comercialização e diferenciação do produto no mercado, neste caso no setor dos vinhos tintos.

5. Melhor Packaging de Produto de Base Vínica (vermute, sangria, vinho sem álcool, etc.)

Serão avaliados os trabalhos relativos ao conjunto de atividades e materiais utilizados para conceber, produzir e apresentar a embalagem, procurando desempenhar um papel crucial na comercialização e diferenciação do produto no mercado, neste caso no setor dos produtos de base vínica, como, por exemplo, vermute, sangria, vinho sem álcool, etc.

6. Melhor Redesign de Packaging

Refere-se ao processo estratégico que procura revitalizar o produto, melhorar a experiência do consumidor e assegurar a competitividade no mercado. Ao abordar aspetos essenciais como a estética, a funcionalidade, a sustentabilidade e a inovação, é possível criar uma embalagem que não só proteja e conserve o vinho, como também reforce a ligação emocional com os consumidores e potencie as vendas.

7. Melhor Packaging de Gama de Produtos

Refere-se ao design e à apresentação das embalagens de vários produtos relacionados que pertencem à mesma linha ou família. Em vez de criar embalagens individuais para cada produto, desenvolve-se uma abordagem unificada que reflete a identidade da marca e proporciona uma experiência consistente ao consumidor em toda a gama de produtos.

8. Melhor Packaging de Edição Limitada ou Edição de Luxo

Edição limitada: Refere-se a um tipo de embalagem de um produto específico, concebida com o objetivo de gerar interesse especial, exclusividade e aumento da procura entre os consumidores. Estas edições limitadas estão normalmente disponíveis apenas durante um período limitado e podem estar associadas a eventos, épocas especiais, colaborações únicas, comemorações ou celebrações.

Edição de luxo: Refere-se a um tipo de embalagem concebida com materiais e técnicas de elevada qualidade, com o objetivo de aumentar a perceção de valor do produto e proporcionar uma experiência premium ao consumidor. Estas edições de luxo caracterizam-se pelo requinte, atenção ao detalhe e exclusividade e estão geralmente associadas a produtos de gama alta que procuram destacar-se no mercado pela sua qualidade e sofisticação.

9. Jovens Talentos do Design

Com o objetivo de promover a criatividade emergente e dar visibilidade aos novos talentos do design, os Prémios VID integram uma categoria especial destinada a jovens talentos. Esta secção está aberta exclusivamente a estudantes de design gráfico, design industrial ou áreas afins, bem como a recém-graduados (com um máximo de 2 anos desde a conclusão dos estudos).
A inscrição nesta categoria é gratuita.

O que é avaliado?

Serão premiadas propostas originais de packaging de vinho que se destaquem pela sua:

- Criatividade e capacidade de diferenciação.
- Coerência gráfica com o posicionamento do produto.
- Viabilidade técnica e funcionalidade do design.
- Capacidade de estabelecer ligação com novos públicos ou segmentos de mercado.

Limitações e requisitos:

- Os designs devem ser inéditos e não podem ter sido comercializados.
- Apenas são aceites propostas individuais ou de equipas até 2 pessoas.
- Os participantes devem ter menos de 30 anos na data de encerramento do prazo de apresentação.
- Cada participante poderá apresentar uma única proposta.

Critérios de avaliação e Especificações técnicas

*Aplicável a todas as categorias, exceto Jovens Talentos do Design

- **Criatividade e inovação 25%:** Refere-se à introdução de novos métodos, materiais, designs e tecnologias que melhoram a funcionalidade, estética, sustentabilidade e eficiência da embalagem de vinho. Estas inovações podem abranger desde melhorias na conservação do vinho até à criação de experiências mais atrativas e convenientes para o consumidor.
- **Ligação emocional 25%:** É essencial combinar um design atrativo e tátil com uma narrativa autêntica e estratégias de marketing emocional. A personalização desempenha também um papel fundamental neste processo, proporcionando experiências únicas e memoráveis que criem uma ligação com o consumidor a nível pessoal e emocional.
- **Qualidade do design 25%:** O júri avaliará a excelência do design estrutural e gráfico, considerando aspetos como a estratégia adotada, tipografia, direção de arte, logótipo, naming, utilização da cor e aspetos estruturais como forma, configuração, perfil e silhueta.
- **Atração do consumidor 25%:** A forma como o Packaging consegue destacar-se no linear ou na zona de exposição, captar a atenção e influenciar a escolha do consumidor no ponto de venda, sem perder a coerência com a marca.

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

É obrigatória a apresentação dos seguintes materiais:

- Descrição do projeto que inclua objetivos, canal de venda, público-alvo, estratégia, desenvolvimento criativo e resultados.
- **PDF que contenha exclusivamente, e sem créditos, a imagem ou imagens da garrafa ou embalagem a inscrever no concurso.**

Nenhum material inscrito deverá incluir qualquer referência à agência ou estúdio de design responsável pela inscrição. A organização reserva-se o direito de retirar a referida peça da votação do júri, sem que o participante tenha direito ao reembolso do valor da inscrição.

Envio de peças físicas

O envio das garrafas ou embalagens das candidaturas apresentadas será da responsabilidade do participante ou poderá ser efetuado através do serviço que, se aplicável, seja disponibilizado pela organização. Em caso algum a organização assumirá o pagamento de portes devidos. Não será devolvido qualquer material, garrafa ou embalagem entregue à organização.

As peças apresentadas deverão ser enviadas para o Club de Marketing de La Rioja, Calle Medrano, 12, 26008 Logroño, La Rioja, antes de 13 de novembro. Receção: das 09:00 às 14:00 horas.

Material - Jovens Talentos do Design

1. Um dossier explicativo da proposta de design de packaging de vinho (pode ser para um vinho real ou fictício), que inclua (máx. 2 a 3 páginas):
    - Justificação conceptual e criativa do design.
    - Público-alvo.
    - Breve análise do posicionamento do produto.
    - Imagens (imagens renderizadas ou mockups do packaging)
2. Comprovativo da condição de estudante ou recém-graduado.
3. Vídeo com duração máxima de 2 minutos (material opcional).
4. Uma proposta física do trabalho final, que deverá ser enviada para o Club de Marketing (Calle Medrano, 12, 26008 Logroño, La Rioja. Receção: das 09:00 às 14:00 horas.

PRÉMIOS ESPECIAIS

1. Melhor Design Tipográfico

Serão avaliados os trabalhos de acordo com vários critérios que assegurem que a tipografia é esteticamente atrativa, funcional, legível, coerente com a marca e com o mercado-alvo, e original.

2. Packaging mais Sustentável

Serão avaliados os trabalhos que demonstrem um compromisso com a redução do impacto ambiental, através da utilização de materiais renováveis ou reciclados, inovação e tecnologias sustentáveis, redução de materiais, etc.

3. Melhor Utilização de Papel

Na avaliação dos trabalhos com melhor utilização de papel serão considerados vários aspetos que assegurem uma utilização eficaz e sustentável do material, nomeadamente certificações, reciclabilidade, qualidade de impressão e acabamentos.

4. Melhor Packaging de Garrafa Personalizada

Refere-se ao design e à apresentação da embalagem que destaquem a marca e o produto de forma única. Inclui a escolha de materiais de elevada qualidade, um design criativo e atrativo, bem como a capacidade de proteger e destacar a garrafa face à concorrência.

5. Melhor Packaging em Embalagem Diferente de Garrafa (lata, BiB, etc.)

Serão considerados todos os trabalhos apresentados em lata, BIB, Tetra Pak, PET, etc.

6. Melhor Packaging de Cápsula

Serão considerados todos os projetos que incluam elementos na parte superior do gargalo da garrafa destinados a proteger a rolha e, consequentemente, o vinho de possíveis deteriorações.

7. Melhor Packaging - Design de Rótulo

Serão avaliados os projetos com os melhores rótulos de vinho, tendo em conta um design estético, criativo e original, o cumprimento legal, etc.

CONTACTO

SECRETARIADO TÉCNICO PRÉMIOS VID - vicario@cmrioja.com - 941 207 744 / 639 820 903 CLUB DE MARKETING DE LA RIOJA,