



REGULAMENTO



INTRODUÇÃO

O FESTIPUB, Festival de Publicidade dos PALOP (Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa), é uma iniciativa privada da FestiPub Lda., uma entidade de direito angolano. O festival visa o reconhecimento, celebração e distinção do trabalho de excelência nas áreas de publicidade, marketing e comunicação desenvolvido nos PALOP. Esta 4ª edição procura reforçar o compromisso do FESTIPUB com a inovação, criatividade e excelência técnica, promovendo o desenvolvimento dos mercados publicitários e de comunicação, tanto a nível regional como internacional.

O objectivo principal do FESTIPUB é promover a qualidade e originalidade nas acções publicitárias e de marketing, reconhecendo os profissionais e empresas que, com o seu talento e inovação, contribuem para o crescimento do sector.

QUEM PODE PARTICIPAR?

O FESTIPUB é um festival inclusivo, aberto a uma vasta gama de entidades que atuam no sector da publicidade, marketing e comunicação. Podem participar no concurso, a título individual ou corporativo:

- **Agências de publicidade e marketing**
- **Produtoras de vídeo e áudio**
- **Empresas de mídia exterior**
- **Marcas e anunciantes**
- **Freelancers**
- **Estudantes**
- **Novos talentos**

Todos os trabalhos submetidos devem ter sido veiculados entre **1 de Janeiro e 31 de Dezembro de 2023**, dentro dos PALOP, ou destinados ao público desses países.

Exemplo de elegibilidade:

Se uma agência de publicidade tiver produzido uma campanha que foi exibida na televisão angolana durante o ano de 2023, essa campanha pode ser inscrita. Da mesma forma, se um freelancer tiver criado uma peça de design que foi publicada numa revista moçambicana, também poderá participar.



CATEGORIAS E SUBCATEGORIAS

O FESTIPUB 2024 tem **12 categorias principais**, cada uma subdividida em várias subcategorias, de forma a reconhecer a diversidade e complexidade do trabalho criativo. As categorias abrangem desde campanhas multiplataforma a trabalhos específicos para rádio, digital e eventos ao vivo.

Cada trabalho submetido será avaliado por um júri especializado, e os melhores trabalhos em cada subcategoria serão premiados com Bronze, Prata ou Ouro. Os vencedores de Ouro, além de receberem o reconhecimento máximo dentro da sua subcategoria, irão automaticamente concorrer ao Grande Prémio FESTIPUB, o mais prestigiado galardão do festival, atribuído ao trabalho que se destacar como o melhor entre todos os vencedores de Ouro. Esta distinção é escolhida exclusivamente pelo Conselho Consultivo, que, com a sua experiência e visão estratégica, avalia os critérios de excelência criativa, originalidade e impacto no sector, elevando o trabalho vencedor ao nível mais alto de reconhecimento no FESTIPUB.

Aqui estão as principais **categorias e subcategorias** do FESTIPUB 2024:

1. Campanha

Esta categoria reconhece campanhas que envolvem múltiplos formatos e meios, avaliando a consistência e impacto da mensagem ao longo de diferentes plataformas.

- **Campanha Multiplataforma:** Campanhas que utilizam 3 ou mais meios de comunicação diferentes (ex.: TV, rádio, outdoor, digital).
- **Campanha TV:** Campanhas que utilizam 3 ou mais peças publicitárias de televisão.
- **Campanha Rádio:** Campanhas com 3 ou mais peças veiculadas em estações de rádio.
- **Campanha Outdoor:** Campanhas que utilizam 3 ou mais peças de mídia exterior, como outdoors, MUIPs, entre outros.
- **Campanha Digital:** Campanhas com 3 ou mais peças para plataformas digitais, como redes sociais, websites ou aplicativos.



2. Filme e Vídeo

Esta categoria foca na produção de vídeos e filmes publicitários e será avaliada a criatividade e execução técnica.

- **Anúncio para TV, Cinema e Digital:** Anúncios produzidos para serem veiculados na televisão, em salas de cinema ou em plataformas digitais.
- **Branded Content (On e Offline):** Conteúdos de marca, criados para promover de forma integrada produtos ou serviços, quer em canais online quer offline.

3. Rádio e Áudio

Reconhece o trabalho criativo realizado em peças de áudio, com foco em anúncios e ativações feitas para este meio.

- **Anúncios para Rádio:** Spots publicitários criados especificamente para a rádio.
- **Ativação em Rádio:** Projetos ou campanhas que envolvem a integração da marca com a audiência através de ativações ao vivo ou programas patrocinados.

4. Print & Outdoor

Esta categoria premeia as melhores peças veiculadas em mídias impressas e exteriores.

- **Anúncios Impressos (Jornal, Revista):** Peças publicitárias criadas para publicação em jornais ou revistas.
- **Mídia Exterior (Outdoor, MUPI):** Anúncios criados para serem exibidos em outdoors, MUPIs, ou outras formas de mídia exterior.

5. Digital e Social Media

Foca-se no trabalho criativo e de desenvolvimento técnico em plataformas digitais e redes sociais.

- **Websites:** Websites criados com foco em experiência de utilizador, design e funcionalidade.
- **Aplicativos:** Desenvolvimento de aplicações móveis criativas e inovadoras.
- **Experiências Interactivas:** Criação de experiências digitais que envolvam o utilizador de forma interativa.
- **Conteúdo Criativo para Redes Sociais:** Campanhas ou peças que demonstrem uma utilização criativa das redes sociais para promoção de marcas.
- **Campanhas de Influenciadores:** Campanhas que envolvem a colaboração com influenciadores digitais para promoção de produtos ou serviços.



6. Craft (Técnicas Criativas)

Premeia o trabalho técnico e criativo nos elementos que compõem a produção de uma peça publicitária.

Print

- **Direção de Arte:** Reconhecimento da excelência em direção de arte, seja num filme, vídeo ou imagem estática.
- **Fotografia e Ilustração:** Melhores fotografias e ilustrações criadas especificamente para campanhas publicitárias.
- **Tipografia:** Utilização criativa e técnica de tipografia em peças publicitárias.

TV e Vídeo

- **Direção e Cinematografia:** Excelência na direção e cinematografia em vídeos e filmes publicitários.
- **Edição e Pós-Produção:** Melhor edição de vídeo e tratamento na fase de pós-produção, incluindo efeitos visuais.
- **Efeitos Visuais e Animação:** Uso criativo de efeitos visuais e animação em peças publicitárias.

Rádio e Áudio

- **Produção de Som e Banda Sonora Adaptada:** Trabalho de produção de som, incluindo bandas sonoras adaptadas para peças publicitárias.
- **Banda Sonora Original:** Criação de bandas sonoras originais para anúncios e campanhas.

Copywriting: Excelência na escrita publicitária, destacando-se pelo uso criativo da linguagem. Esta subcategoria está dividida em diferentes meios e avalia a capacidade de adaptação da mensagem de acordo com as especificidades de cada formato. O foco é na originalidade, impacto e clareza da mensagem, assegurando que a comunicação atinja o público-alvo de forma eficaz.

- **Copy para TV**
- **Copy para Imprensa**
- **Copy para Rádio**
- **Copy para Outdoor**
- **Copy para Jingle**
- **Copy para Digital**



7. Design e Identidade Visual

A categoria Design e Identidade Visual reconhece o trabalho criativo e técnico que define e molda a aparência e a percepção de uma marca. As subcategorias cobrem diversos aspectos de design, desde a renovação de identidades visuais a projetos específicos de embalagem, relatórios corporativos e estandes.

- **Design de Marca e Identidade Corporativa:** Criação ou renovação de identidades visuais que definam a marca de forma inovadora.
- **Packaging Design:** Design de embalagens que se destacam pela inovação e funcionalidade.
- **Ambientação e Visual Merchandising:** Trabalhos de design aplicados ao ambiente de venda, incluindo vitrines e interiores de lojas.
- **Rebranding:** Premeia projetos de renovação de identidade visual, focando na atualização de logotipos, tipografia e outros elementos visuais. Avalia-se a eficácia do novo design em reposicionar a marca e conectar-se com o público.
- **Design de Relatório e Contas:** Avalia o design de relatórios corporativos, destacando-se pela clareza na apresentação de dados financeiros e institucionais. O uso criativo de gráficos e tipografia para tornar a informação mais acessível é fundamental.
- **Packaging (Embalagem):** Reconhece o design de embalagens que combinam funcionalidade e impacto visual. Avalia-se a atratividade, proteção do produto e comunicação clara da marca no ponto de venda.
- **Rótulos:** Com foco no design de rótulos de produtos embalados, premiando a clareza da informação e o apelo visual. O rótulo deve destacar o produto na prateleira e refletir a identidade da marca.
- **Stand:** Premeia o design de stands para feiras e eventos, avaliando a funcionalidade e criatividade. O stand deve maximizar o espaço, atrair visitantes e comunicar a mensagem da marca de forma eficaz.

8. Experiência e Ativação de Marca

Reconhece o trabalho criativo em eventos e ativações ao vivo que promovam a interação entre a marca e o consumidor.

- **Eventos e Ativações ao Vivo:** Projetos que envolvam a marca com o público através de experiências em eventos ao vivo.
- **Experiência Imersiva e VR/AR:** Utilização de tecnologias imersivas como realidade virtual ou aumentada para criar experiências marcantes.
- **Promoções e Sampling:** Campanhas que envolvam a distribuição de amostras ou promoções que incentivem a experimentação do produto.

9. Responsabilidade Social e Sustentabilidade

Esta categoria premeia campanhas e ações que promovam causas sociais e práticas sustentáveis, evidenciando o compromisso da marca com o bem-estar social e ambiental.

10. Planeamento de Meios

Avalia a estratégia de planeamento de meios e a eficácia das campanhas na utilização dos diversos canais disponíveis.

- **Inovação em Planeamento de Meios:** Estratégias inovadoras que maximizam a eficácia das campanhas.
- **Efetividade e Resultados em Meios:** Estratégias que demonstrem os melhores resultados com base numa gestão eficaz dos meios.

11. Administração Pública

Premeia os melhores trabalhos realizados para o sector público, com foco na comunicação institucional e de campanhas de serviço público.

- **Evento:** Organização e promoção de eventos para entidades públicas.
- **Publicidade Above the Line (ATL):** Campanhas publicitárias massivas para instituições públicas.
- **Publicidade Below the Line (BTL):** Estratégias de marketing mais segmentadas para entidades públicas.
- **Projeto Digital:** Campanhas ou plataformas digitais criadas para serviços ou entidades públicas.

12. Desempenho Global

Esta categoria reconhece as entidades e profissionais que se destacaram ao longo do ano pelo conjunto do seu trabalho e impacto no mercado publicitário. Cada prémio nesta secção avalia o desempenho geral, a inovação, a consistência criativa e a contribuição para o sector.

- **Agência de Publicidade do Ano:** Premeia a agência que obteve o melhor desempenho global nas categorias de publicidade, pela soma dos seus trabalhos e pela sua liderança no mercado.





- **Produtora de Vídeo do Ano:** Reconhece a produtora responsável pela criação dos vídeos mais impactantes e inovadores no festival.
- **Anunciante do Ano:** Distingue o anunciante cuja visão estratégica e investimento publicitário tenham gerado resultados notáveis e elevado impacto no público.
- **Empresa de Media Exterior do Ano:** Premeia a empresa que demonstrou excelência no uso de mídia exterior, através de campanhas criativas e eficazes em espaços públicos.
- **Televisão do Ano:** Reconhece o canal televisivo que se destacou pela qualidade das suas campanhas e pela sua contribuição ao desenvolvimento do sector publicitário.
- **Rádio do Ano:** Distingue a estação de rádio que apresentou as campanhas mais inovadoras e eficazes, refletindo o melhor uso deste meio.
- **Imprensa do Ano:** Premeia o meio impresso (jornal ou revista) que se destacou pela qualidade e impacto das suas campanhas publicitárias.
- **Portal Digital do Ano:** Reconhece o portal digital que teve um desempenho notável na produção de conteúdo criativo e de campanhas publicitárias eficazes.
- **Plataforma Digital do Ano:** Premeia a plataforma digital que se destacou pela inovação, utilidade e uma comunicação consistente e eficaz no sector financeiro e de serviços. Avalia o desempenho de carteiras digitais, internet banking e serviços que ofereceram uma experiência segura e fluida, gerando notoriedade e impacto positivo no comportamento dos consumidores, ao facilitar transações e interações financeiras.
- **Evento do Ano:** Reconhece o evento com maior impacto e notoriedade pública, organizado ou patrocinado por uma marca, com mais de 4.000 participantes. Avalia-se a capacidade de gerar engajamento, promover a marca de forma consistente e criar uma experiência memorável que tenha influenciado positivamente o público.
- **Evento de Marketing e Comunicação do Ano:** Premeia os eventos de marketing e comunicação que obtiveram maior notoriedade, destacando-se pela consistência na comunicação e estratégias eficazes. Estes eventos devem ter gerado impacto significativo no público, promover a marca e influenciar o comportamento do consumidor de maneira inovadora.
- **Locutor Publicitário do Ano:** Distingue o locutor que se destacou pelo seu talento, profissionalismo e contribuição para campanhas de rádio e outros meios audiovisuais.



PRÉMIOS E PONTUAÇÃO

Os prêmios serão distribuídos da seguinte forma:

- **Platina:** Atribuído aos vencedores de cada categoria de Desempenho Global.
- **Ouro, Prata e Bronze:** Atribuídos aos 1º, 2º e 3º lugares de cada subcategoria.
- **Grande Prêmio FESTIPUB:** Concedido à melhor peça escolhida entre os vencedores de Ouro, por votação do Conselho Consultivo.

Sistema de Pontuação:

A atribuição de pontos segue o seguinte esquema:

- **Finalista:** 5 pontos
- **Bronze:** 5 pontos
- **Prata:** 9 pontos
- **Ouro:** 15 pontos
- **Grand Prix:** 25 pontos adicionais ao Ouro

Os vencedores das categorias de **Desempenho Global** serão apurados através do somatório dos pontos obtidos nas subcategorias em que concorreram. A **Agência de Publicidade do Ano**, por exemplo, será aquela que tiver acumulado o maior número de pontos em todas as subcategorias nas quais tenha participado. O mesmo critério aplica-se para outras categorias de Desempenho Global, como **Produtora de Vídeo do Ano**, **Anunciante do Ano**, entre outras, premiando assim o desempenho global das entidades mais consistentes e criativas ao longo do festival



PROCESSO DE INSCRIÇÃO

Para garantir a participação no FESTIPUB 2024, siga o processo de inscrição detalhado abaixo:

1. Período de Inscrições:

O período de inscrições decorre de **30 de Setembro de 2024** até **13 de Outubro de 2024**.

2. Formulário de Inscrição:

As inscrições deverão ser feitas exclusivamente através do formulário online no site oficial do FESTIPUB (www.festipub.ao). No formulário, o participante deverá fornecer as seguintes informações:

- **Informações sobre o trabalho:** Título, meio de veiculação, datas de exibição.
- **Informações sobre o participante:** Nome, empresa, contacto.
- **Upload dos arquivos digitais:** De acordo com o formato especificado para cada categoria.

3. Formatos de Submissão:

Devem obrigatoriamente obedecer aos seguintes critérios, garantindo que todos os trabalhos sejam avaliados de forma justa e eficaz pelo júri:

TV

- a) **Um (1) ficheiro PDF com a sinopse e a ficha técnica do filme inscrito, com no máximo 1.500 caracteres (com espaços) e não superior a duas páginas.**
- b) **Um (1) ficheiro MP4 para cada filme inscrito. Sempre que aplicável, deve também ser enviado o URL do vídeo previamente inserido numa plataforma de vídeos como YouTube, Vimeo, etc.**

Rádio

- a) **Um (1) ficheiro PDF com a sinopse e a ficha técnica da peça inscrita, com no máximo 1.500 caracteres (com espaços) e não superior a duas páginas.**
- b) **Um (1) ficheiro MP3 e um (1) ficheiro MP4 para cada peça inscrita. Se aplicável, deve ser incluído o URL das peças previamente publicadas em plataformas de áudio, como iTunes, Spotify, etc.**
- c) **Um (1) ficheiro JPG de referência para cada peça inscrita.**



Digital

- a) **Um (1) ficheiro PDF com a sinopse e a ficha técnica do trabalho inscrito, com no máximo 1.500 caracteres (com espaços) e não superior a duas páginas.**
- b) **Um (1) ficheiro JPG de referência.**
- c) **Um (1) ficheiro MP4 demonstrando a peça digital.**
- d) **O URL do trabalho ou peça, com os respetivos elementos de identificação, caso seja aplicável.**

Eventos/Ativação de Marca & Imprensa/Outdoor

- a) **Um (1) ficheiro PDF com a sinopse e a ficha técnica do trabalho inscrito, com no máximo 1.500 caracteres (com espaços) e não superior a duas páginas.**
- b) **Um (1) ficheiro JPG de referência.**
- c) **Um (1) ficheiro MP4 de apresentação do evento ou ativação.**
- d) **O URL do trabalho ou peça, se aplicável, acompanhado dos respetivos elementos de identificação.**

Campanha

- a) **Um (1) ficheiro PDF com a sinopse e a ficha técnica dos trabalhos inscritos, com no máximo 1.500 caracteres (com espaços) e não superior a duas páginas. A campanha deve incluir um mínimo de 3 dos seguintes meios: TV, Rádio, Outdoor, Digital e Ativação.**
- b) **Um (1) ficheiro JPG para cada elemento da campanha, onde aplicável.**
- c) **Um (1) ficheiro MP4 para cada elemento da campanha, onde aplicável.**



REGRAS GERAIS PARA SUBMISSÃO

1. Todos os **PDFs**, **ficheiros** e **URLs** servem para auxiliar o júri na apreciação dos trabalhos submetidos.
2. Em caso de vitória, os conteúdos vencedores serão **publicados** pela organização do evento ou por qualquer **media partner** associado ao FESTIPUB.
3. Os trabalhos vencedores serão exibidos durante o evento.
4. Os concorrentes devem indicar claramente em qual **categoria** pretendem inscrever o trabalho. É permitido inscrever o mesmo trabalho em **mais de uma categoria**, caso este se enquadre nas especificações.

TAXA DE INSCRIÇÃO

1. Taxa Base:

Para todas as categorias, a taxa de inscrição por trabalho, peça ou concorrente é de **65.000,00 AKZ** (Sessenta e Cinco Mil Kwanzas) ou **70,00 €** (Setenta Euros).

2. Taxa Especial:

Para membros das associações do sector nos PALOP, a inscrição por trabalho, peça ou concorrente será feita com uma **Taxa Especial** de **52.000,00 AKZ** (Cinquenta e Dois Mil Kwanzas) ou **55,00 €** (Cinquenta e Cinco Euros).

3. Taxa de Campanha:

A inscrição por campanha, que deve incluir no mínimo **3 peças**, tem uma taxa de **275.000,00 AKZ** (Duzentos e Setenta e Cinco Mil Kwanzas) ou **300,00 €** (Trezentos Euros).

4. Taxa Novos Talentos:

Exclusiva para a categoria de novos talentos, a taxa de inscrição por trabalho, peça ou concorrente é de **25.000,00 AKZ** (Vinte e Cinco Mil Kwanzas) ou **25,00 €** (Vinte e Cinco Euros).



5. Taxa de Inscrição Conjunta por Categoria:

Aplicável a trabalhos realizados por vários intervenientes que desejam efectuar a inscrição conjunta em uma ou mais categorias. As taxas são escalonadas de acordo com o número de partes envolvidas:

- **Base:**
 - 2 partes: 110.000,00 AKZ / 120,00 €
 - 3 partes: 160.000,00 AKZ / 175,00 €
 - 4 partes: 195.000,00 AKZ / 215,00 €
- **Campanha:**
 - 2 partes: 450.000,00 AKZ / 495,00 €
 - 3 partes: 700.000,00 AKZ / 765,00 €
 - 4 partes: 900.000,00 AKZ / 985,00 €

Política de Desistência:

Em caso de desistência após o encerramento do período de inscrições, não será efetuada a devolução de qualquer valor referente às inscrições realizadas.



PAGAMENTO

- **Pagamento obrigatório:**

A inscrição de qualquer trabalho ou peça no concurso deve ser **obrigatoriamente acompanhada pelo respetivo pagamento**. Este é um **requisito indispensável** para que a inscrição seja considerada **válida** e aceite pela organização.

- **Plataforma digital de pagamento:**

Todos os pagamentos devem ser efetuados **exclusivamente através da plataforma digital do FESTIPUB**. Após a submissão da inscrição, a plataforma irá **gerar automaticamente uma referência bancária única**, que os participantes devem utilizar para efetuar o pagamento. Este sistema garante que cada inscrição seja processada de forma rápida e eficiente, minimizando erros e facilitando o controlo por parte da organização.

- **Confirmação de pagamento e carteira digital:**

Depois de efetuar o pagamento, os participantes deverão **carregar a sua carteira digital** na plataforma do festival, completando o processo de inscrição. A inscrição só será considerada **válida e confirmada** após a verificação do pagamento pela organização. Este método assegura que todos os pagamentos são registados corretamente, proporcionando uma experiência mais rápida e segura para os concorrentes.

- **Beneficiário dos pagamentos:**

O único beneficiário autorizado dos pagamentos referentes às inscrições no festival é:

FESTIPUB - PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS, LDA.

- **Descritivo da transação:**

Para garantir uma correta identificação do pagamento, o descritivo da transação deve seguir o formato padrão:

FESTIPUB2024 + Nome do Candidato.



O CONSELHO CONSULTIVO

O **Conselho Consultivo** do FESTIPUB é composto por 12 membros, dois de cada um dos países LUSÓFONOS (Angola, Brasil, Cabo Verde, Moçambique, Portugal e São Tomé e Príncipe), todos com mais de 15 anos de experiência no sector da publicidade, marketing e comunicação. Estes profissionais altamente qualificados garantem que o festival se mantenha relevante, transparente e alinhado com as melhores práticas internacionais.

Funções do Conselho Consultivo:

- **Revisão do Regulamento:** O Conselho Consultivo acompanha e sugere continuamente melhorias ao regulamento do festival, garantindo que este se mantenha atualizado e adequado às mudanças do sector.
- **Fiscalização:** Supervisiona o cumprimento do regulamento e assegura a transparência em todo o processo de inscrição, votação e atribuição de prémios, zelando pela integridade do festival.
- **Seleção de Temas e Oradores:** O Conselho sugere temas inovadores e relevantes para as **FestiTalks**, garantindo que os oradores convidados tragam perspectivas valiosas e pertinentes para os profissionais do sector.
- **Eleição do Júri e Presidente do Júri:** Seleciona os membros do júri com base na sua experiência e reputação, além de indicar o **Presidente do Júri**, que desempenha um papel fundamental na condução das votações.
- **Escolha do Grande Prémio:** O Conselho tem a responsabilidade de escolher, dentre os vencedores de Ouro, o trabalho que será prestigiado com o **Grande Prémio FESTIPUB**, a maior distinção do festival, baseado nos critérios de excelência, inovação e impacto.

Indicação de Homenagens: Anualmente, o Conselho Consultivo elege um profissional que se destacou pela sua contribuição ao sector, homenageando-o durante o festival como reconhecimento do seu trabalho e impacto na publicidade e comunicação.

JÚRI E PROCESSO DE VOTAÇÃO

O júri do FESTIPUB é composto por profissionais nacionais e internacionais de renome no sector da comunicação, publicidade e marketing. Estes especialistas garantem que a avaliação das peças submetidas seja feita com rigor, justiça e com base nos mais elevados padrões criativos. As decisões do júri são soberanas e definitivas, não sendo passíveis de recurso.

- **Composição:** O júri é composto por especialistas em várias disciplinas criativas e publicitárias, assegurando uma diversidade de perspetivas e competências na avaliação dos trabalhos. Estes jurados são escolhidos pela sua experiência e reputação no sector. O **Presidente do Júri**, responsável pela condução das deliberações, é eleito pelo **Conselho Consultivo** e tem a função adicional de desempatar votações, quando necessário.
- **Método de Votação:**
O processo de votação ocorre em **duas fases**:
 - **Fase Online:** Numa primeira fase, todos os trabalhos inscritos são avaliados online pelo júri. Nesta etapa, são seleccionados os finalistas de cada categoria, com base nos critérios de criatividade, originalidade e execução técnica.
 - **Fase Presencial:** Numa segunda fase, os jurados reúnem-se presencialmente para uma avaliação mais profunda dos trabalhos finalistas, onde decidem os vencedores de **Ouro, Prata e Bronze** em cada subcategoria. Esta fase inclui discussões detalhadas para garantir que os melhores trabalhos sejam premiados.

Voto Minerva: Caso ocorra empate durante o processo de votação, o **Presidente do Júri** exerce o voto de desempate, garantindo que todas as categorias tenham um vencedor claro. Esta prerrogativa assegura que o processo de decisão seja eficiente e justo.



CONTACTO

Para qualquer questão relacionada com as inscrições, regulamento, ou informações gerais sobre o FESTIPUB 2024, os participantes e interessados poderão entrar em contacto com a organização através dos seguintes meios:

- **Entidade Responsável:**
Festipub – Prestação de Serviços, Lda.
- **Morada:**
Rua Joaquim Kapango, Prédio Rouge, 3.º Direito
Sagrada Família, Luanda, Angola
- **Endereço de E-mail:**
info@festipub.ao
Responderemos a todas as questões e pedidos de informação num instante.
- **Contacto Telefónico:**
+244 931 715 858
Atendimento disponível de segunda a sexta-feira, das 9h às 17h (hora local de Angola).
- **Website Oficial:**
Para mais informações sobre o festival, regulamento e inscrições, visite o nosso site oficial: www.festipub.ao.



Festipub – Prestação de Serviços Lda.
Rua Joaquim Kapango - Prédio Rouge
Luanda - Angola



info@festipub.ao