

# REGULAMENTO GERAL DO CONCURSO “PRODUTO DO ANO ANGOLA 2026”

## ARTIGO 1 – ENQUADRAMENTO GERAL

O concurso Produto do Ano Angola (doravante designado por PAA), organizado pela CALOP Digital – uma entidade jurídica angolana, sediada em Condomínio Horizonte Morrobento, Bloco 5, 7.º A –, doravante denominada “a Organização”, tem como objectivo promover novos produtos lançados no mercado angolano, no âmbito do concurso denominado Produto do Ano Angola. O presente regulamento aplica-se à edição de 2026 e substitui todas as versões anteriores.

## ARTIGO 2 – CRITÉRIOS DE ELEGIBILIDADE

### Produtos elegíveis:

- Apenas produtos desenvolvidos por fabricantes com controlo directo ou total sobre a produção, que comercializem marcas nacionais ou internacionais em Angola, através de canais de distribuição oficiais e em conformidade com os regulamentos de publicidade e comunicação.
- Os produtos devem ser inovadores, novos ou percebidos como novos pelo consumidor médio. Para garantir a elegibilidade, só serão aceites produtos lançados nacionalmente entre 01/01/2024 e a data limite de candidatura. A Organização reserva-se o direito de verificar este critério a qualquer momento, sendo o participante obrigado a apresentar provas.
- A Organização poderá ajustar o calendário de candidaturas em função de alterações económicas ou casos de força maior. Pedidos excepcionais serão analisados pela direcção do concurso.

### Produtos não elegíveis:

- Marcas próprias (MDD, marcas de loja) de retalhistas generalistas vendidas exclusivamente nas suas redes, excepto se forem claramente dissociadas da insígnia principal ou comercializadas sob marca distinta.
- Uma marca desenvolvida pelo revendedor (MDD) poderá ser aceite no concurso “nacional” se demonstrar controlo total sobre o fabrico (da I&D à logística) e se considerar capaz de competir com marcas de grande notoriedade nacional. Existe um concurso separado reservado às marcas próprias não elegíveis, avaliadas com critérios específicos ao seu contexto de mercado. A Organização reserva-se o direito de recusar a candidatura de produtos cujo universo competitivo não possa ser comunicado eficazmente nos media convencionais.

Em caso de dúvida, a decisão final pertence à Organização.

## ARTIGO 3 – RECONDUÇÃO DE CANDIDATURAS

Produtos já candidatos na edição anterior, na mesma versão e forma, podem concorrer novamente desde que:

- Cumpram os critérios do Artigo 2;
  - Não tenham sido premiados nos últimos dois anos.
- Produtos premiados em edições anteriores não são elegíveis.

## ARTIGO 4 – CATEGORIZAÇÃO EM UNIVERSOS COMPETITIVOS

Os produtos são agrupados em Universos Competitivos Estudados (UCE), definidos pela Organização.

Cada produto deve ser claramente distinguível aos olhos dos consumidores dentro do seu UCE.

A criação de um UCE está condicionada à recepção de candidaturas elegíveis.

A Organização pode modificar ou suprimir UCEs conforme o número e a natureza das candidaturas, sem contestação possível.

## ARTIGO 5 – ATRIBUIÇÃO DO TÍTULO

Para ser eleito Produto do Ano, o produto deve obter:

- Uma pontuação superior à de outros produtos no mesmo UCE;
  - Se for único no UCE, uma pontuação superior à média dos benchmarks (indicados pelo candidato e analisados pelo parceiro de estudos).
- Se esse limiar não for alcançado, não haverá vencedor nesse UCE. O título é atribuído com base em critérios como: Atractividade, Inovação Percebida, Intenção de Compra e Satisfação, avaliados através de estudos de percepção e uso.

## ARTIGO 6 – PROCESSO DE PARTICIPAÇÃO

1. Elegibilidade do Produto: O produto deve cumprir os critérios de inovação (Art. 2).
2. Submissão da Candidatura: Através do site ([www.produtodoano.co.ao](http://www.produtodoano.co.ao)). O formulário deve ser assinado por representante legal com poderes de vinculação.
3. Custos de Participação: Incluem estudo, testes e, em caso de vitória, a licença. A aceitação da proposta implica compromisso com o regulamento e pagamento integral.
4. Composição do UCE: Determinada exclusivamente pela Organização.
5. Estudos de Percepção e Experiência: Avaliação da percepção e uso real do produto. O relatório é confidencial e só pode ser divulgado internamente ou com conteúdo específico sobre o produto participante.
6. Anúncio de Resultados: Os vencedores recebem o relatório e a factura da taxa de uso do logótipo (licença).
7. Comité Independente: Revê os vencedores e publica relatório de auditoria no site.
8. Cerimónia de Entrega: Evento oficial de premiação.

### Amostras solicitadas:

- 5 unidades por produto;
- Produtos de valor elevado ou intangíveis devem ter logística acordada com a Organização;
- Amostras não serão devolvidas.

## ARTIGO 7 – METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO

A avaliação inclui:

- Estudo de percepção com vários milhares de consumidores (mínimo definido pela Organização);
- Casos especiais:
  - Produtos fora dos canais tradicionais devem ser fornecidos para testes;
  - Produtos intangíveis ou de elevado valor serão avaliados sob condições acordadas;
  - Problemas técnicos ou regulatórios poderão limitar o estudo à percepção apenas.

## ARTIGO 8 – OBRIGAÇÕES DOS PARTICIPANTES

As empresas devem garantir a veracidade da informação submetida. A Organização pode cobrar por correcções ou eliminar participantes que violem o regulamento ou prejudiquem a sua reputação. Conflitos entre participantes num mesmo UCE não são da sua responsabilidade.

## ARTIGO 9 – CONFIDENCIALIDADE

As informações são confidenciais até à divulgação oficial dos resultados. Dados de contacto poderão ser partilhados com parceiros preferenciais, salvo pedido contrário. Resultados de produtos não vencedores são apenas para referência interna.

## ARTIGO 10 – ALTERAÇÕES EXCEPCIONAIS

A Organização poderá modificar, adiar, cancelar ou encurtar o concurso em caso de força maior, sem obrigação de compensação.

## ARTIGO 11 – DESISTÊNCIA VOLUNTÁRIA

A desistência não isenta do pagamento das taxas já acordadas, incluindo a de licença caso o produto seja vencedor.

## ARTIGO 12 – CONDIÇÕES DE USO DO LOGÓTIPO

O logótipo pode ser usado no território (país), durante o ano de atribuição e até ao anúncio da edição seguinte.

## ARTIGO 13 – EVOLUÇÃO DO PRODUTO

O uso do logótipo aplica-se apenas ao produto tal como submetido. Alterações significativas devem manter o produto reconhecível e não alterar a essência do mesmo. A Organização dará apoio e validação.



# REGULAMENTO GERAL DO CONCURSO “PRODUTO DO ANO ANGOLA 2026”

## ARTIGO 14 – DIREITO EXCLUSIVO DE COMUNICAÇÃO

A comunicação colectiva com referência ao título “Produto do Ano” é da exclusiva responsabilidade da Organização e seus parceiros designados.

## ARTIGO 15 – REGISTO E PROTECÇÃO DO LOGÓTIPO

O logótipo é uma marca colectiva registada e protegida por vias nacionais, europeias e internacionais. O uso indevido deve ser comunicado.

## ARTIGO 16 – GUIA GRÁFICO E VALIDAÇÃO PRÉVIA

Toda utilização do logótipo deve ser aprovada antecipadamente. O logótipo só pode ser usado na sua forma oficial e com as menções legais obrigatórias. A versão para TV deve ser aprovada pela entidade reguladora do audiovisual.

## ARTIGO 17 – FIM DO DIREITO DE USO

O logótipo deve deixar de ser utilizado findo o prazo estipulado. O uso indevido poderá resultar em cobrança adicional e notificação formal de remoção.

## ARTIGO 18 – PROIBIÇÃO A NÃO-VENCEDORES

Apenas produtos vencedores podem usar o logótipo. Violações resultarão em acções legais.

## ARTIGO 19 – MENÇÕES LEGAIS

É obrigatório incluir as menções exigidas no guia de uso do logótipo. O incumprimento é da responsabilidade da empresa participante.

## ARTIGO 20 – PUBLICAÇÃO DOS VENCEDORES

As empresas vencedoras autorizam a divulgação do nome, morada, imagem do produto e excertos dos estudos para fins promocionais e comunicacionais ligados ao concurso.

## ARTIGO 21 – DADOS E RGPD

O PAA cumpre o RGPD e não trata dados pessoais dos consumidores. Os estudos são realizados por parceiro independente com dados anónimos.

## ARTIGO 22 – INTERPRETAÇÃO DO REGULAMENTO

Qualquer dúvida será resolvida exclusivamente pela Organização.

## ARTIGO 23 – COMPROMISSO E FACTURAÇÃO

A assinatura da candidatura implica o pagamento das taxas acordadas. Em caso de não-conformidade antes do início do estudo, e se imputável à Organização, a factura será anulada. A utilização de logótipos de parceiros requer acordo e pagamento adicional.

## ARTIGO 24 – PAGAMENTO DA LICENÇA EM CASO DE VITÓRIA

O pagamento da licença é obrigatório em caso de vitória, mesmo que o produto seja retirado do mercado ou o logótipo não seja utilizado.

## ARTIGO 25 – ACEITAÇÃO DO REGULAMENTO

A participação implica aceitação plena e sem reservas do presente regulamento.

## ARTIGO 26 – OBRIGAÇÃO DE MEIOS

A Organização compromete-se a prestar os serviços com os melhores padrões disponíveis à data de assinatura do contrato.

## ARTIGO 27 – OBRIGAÇÃO DE COOPERAÇÃO

O cliente compromete-se a colaborar activamente, fornecendo informações e documentação solicitadas.

## ARTIGO 28 – FACTURAÇÃO E PAGAMENTO

Os serviços são facturados conforme definido. O pagamento deve ser efectuado até 30 dias após o fim do mês da emissão da factura. A assinatura da ficha de participação vincula legalmente a empresa.

## ARTIGO 29 – RESCISÃO POR INCUMPRIMENTO

A Organização pode rescindir o contrato por carta registada, caso o incumprimento não seja sanado no prazo de 15 dias.

## ARTIGO 30 – CONSEQUÊNCIAS DA RESCISÃO

O cliente perde o direito a todos os benefícios do contrato e deve cessar imediatamente o uso do logótipo.

## ARTIGO 31 – LIMITAÇÃO DE RESPONSABILIDADE

A Organização só será responsável em caso de negligência grave ou dolo. Cabe ao cliente garantir a conformidade das campanhas com as normas legais.

## ARTIGO 32 – PROPRIEDADE INTELECTUAL

O cliente garante deter os direitos de propriedade intelectual sobre os dados fornecidos e indemniza a Organização por qualquer reclamação de terceiros.

Última actualização: Junho de 2025

