

## CONDICIONES GENERALES



Apertura inscripciones febrero

Cierre inscripciones 13 marzo

Reunión jurado 23 marzo

Entrega premios 5 abril

Contacto 902 027 513

E-mail: [info@bestawards.es](mailto:info@bestawards.es)

# CONTENIDO

<b>1.</b>	CONDICIONES GENERALES	3
<b>2.</b>	PRECIOS	5
<b>2.1.</b>	PREMIOS QUE SE OTORGAN	6
<b>3.</b>	MODALIDADES	7
<b>3.1.</b>	BEST BRANDED CONTENT	7
<b>3.2.</b>	BEST SHOPPER MARKETING	8
<b>3.2.1.</b>	Promo Activation	8
<b>3.2.2.</b>	Direct	9
<b>3.2.3.</b>	Display	10
<b>3.3.</b>	BEST DIGITAL	11
<b>3.3.1.</b>	Web Development	11
<b>3.3.1.</b>	Online Advertising	12
<b>3.3.3.</b>	Mobile Advertising	13
<b>3.3.4.</b>	Social	14
<b>3.4.</b>	BEST GRÁFICA	15
<b>3.5.</b>	BEST PR	16
<b>3.6.</b>	BEST SPOT	17
<b>3.7.</b>	BEST BRANDING	19
<b>3.7.1.</b>	Packaging	19
<b>3.7.2.</b>	Corporate Identity	20
<b>3.8.</b>	BEST MEDIA	22
<b>3.9.</b>	BEST INTEGRATED	23
<b>4.</b>	CONTACTO	24

# 1. CONDICIONES GENERALES

Serán admitidos todos aquellos **trabajos del sector alimentación y bebidas realizados en el espacio comprendido entre marzo 2016 y marzo 2017.**

No se podrá inscribir ninguna producción que no haya sido previamente **autorizada por el anunciante o agente publicitario.** En todo caso, la responsabilidad será de la persona o entidad que efectúe la inscripción. Así mismo no podrá presentarse ningún anuncio o campaña cuyo mensaje/contenido haya sido declarado ilícito por los tribunales u organismos de autorregulación publicitaria respecto del mensaje publicitario transmitido.

Todo material y documentación presentada pasará a formar parte del archivo de la organización de los Premios Best Awards autorizando la exhibición en público o privado de las piezas presentadas. Para la promoción del Concurso, los participantes **autorizan la exhibición de sus trabajos, presentaciones públicas o privadas,** tantas veces y en tantos lugares como sea oportuno, así como su edición, distribución y venta como recopilación del contenido de los Premios Best Awards. Los organizadores no son responsables de reclamaciones eventuales provenientes de tales presentaciones.

La organización **no admitirá cancelaciones** de inscripciones en ningún caso.

La organización y/o el jurado se reservan el derecho de realizar cambios de categoría en aquellas inscripciones de material que estime oportuno.

Los participantes galardonados tendrán derecho a realizar publicidad de los premios obtenidos en los Best Awards utilizando el logo de la edición 2017.

En el caso de que una misma pieza sea inscrita por 2 empresas, éstas deberán ponerse de acuerdo en cual presentará la pieza, en caso de no llegar a un entendimiento será aceptada la primera que formalizó la inscripción.

El depósito de cualquier trabajo inscrito implica la aceptación de este reglamento por la persona o la sociedad depositante.

**Ningún material inscrito deberá llevar referencia alguna a la agencia o estudio de diseño que haya realizado la inscripción. El no cumplimiento de esta consigna automáticamente supondrá la retirada de dicha pieza de la votación del jurado, sin que el participante tenga derecho a devolución del precio de inscripción.**

En el caso de que una de las categorías no contenga un número mínimo de inscripciones, la organización podrá agruparla en otra de las categorías.

**Cada anuncio, o pieza constituirá UNA inscripción por cada modalidad en la que se inscriba.**

Las inscripciones relativas a **una misma campaña en las modalidades Spot y Gráfica serán presentadas y pagadas independientemente hasta un máximo de 3 piezas por campaña y se juzgarán conjuntamente.**

**Las inscripciones se realizarán exclusivamente por Internet a través de la web [www.bestawards.marketing](http://www.bestawards.marketing).** En cada ficha de inscripción deberá escribirse, una sinopsis informativa que figurará en la exposición de los premios. La organización se reserva el derecho a decidir el modo de presentación de las piezas.

Las inscripciones no se consideran completamente formalizadas hasta que se reciben los materiales, bien online y/o en las oficinas de la Secretaría Técnica de Best Awards, así como el pago de dichas inscripciones.

**Todas las piezas presentadas a concurso serán expuestas en Alimentaria 2018.**

## 2. PRECIOS

Se cobrará una única vez por compañía (CIF) una cuota administrativa de 131 € más 21% IVA que cubre los gastos de gestión y da derecho a una entrada para la gala de entrega de premios el 5 de abril de 2017.

**Tarifa plana:** existe una tarifa para inscribir hasta 25 piezas a los premios Best Awards, el coste es de 2500€ más 25 € por pieza inscrita, más la cuota administrativa. Esta tarifa es válida para un único CIF.

**A estos precios hay que añadirle el 21% de IVA.**

El pago deberá efectuarse por una de las siguientes vías:

- Tarjeta de crédito a través del sistema TPV virtual en la web <http://bestawards.metropolitana.net/login.php> (2,5% recargo por gastos de comisiones)

- Mediante **transferencia** a nombre de Ediciones y Estudios, S.L. a la cuenta.

- Banco Santander:

IBAN: ES94 0049 3002 5521 1443 1341

SWIFT: BSCHEM33

**Referencia: BP17** seguido del número de inscripción de la/s pieza/s.

Los derechos de inscripción por cada pieza se detallan en el siguiente cuadro:

MODALIDAD	1ª INSC	2ª INSC	3ª INSC	PIEZA ADICIONAL (Max 3)	ENTREGA PIEZA FÍSICA
BEST BRANDED CONTENT	320 €	290 €	275 €	N/A	NO
BEST SHOPPER MARKETING: Promo Activation	320 €	290 €	250 €	N/A	NO
BEST SHOPPER MARKETING: Direct	320 €	290 €	250 €	N/A	2 Uds.
BEST SHOPPER MARKETING: Display*	320 €	290 €	250 €	N/A	2 Uds.
BEST DIGITAL: Web Development	290 €	275 €	250 €	N/A	NO
BEST DIGITAL: Online Advertising	290 €	275 €	250 €	N/A	NO
BEST DIGITAL: Mobile Advertising	290 €	275 €	250 €	N/A	NO
BEST DIGITAL: Social	290 €	275 €	250 €	N/A	NO
BEST GRÁFICA	250 €	225 €	200 €	125 €	NO
BEST PR	300 €	275 €	250 €	N/A	NO
BEST SPOT	325 €	295 €	275 €	150 €	NO
BEST BRANDING: Packaging	360 €	310 €	280 €	N/A	2 Uds.
BEST BRANDING: Corporate	320 €	290 €	250 €	N/A	2 Uds.
BEST MEDIA	300 €	275 €	250 €	N/A	NO
BEST INTEGRATED	425 €	375 €	290 €	N/A	NO

\* Se solicitará la pieza física ganadora a los premiados para su exhibición. Consulte con la organización para saber los tamaños admitidos en la exposición.

## 2.1. Premios que se otorgan

Son otorgados Premios de **Oro, Plata y Bronce** a los tres mejores originales por categoría en cada una de las modalidades.

**Trofeo y diploma para los Oros, y diploma para Plata y Bronce.**

- El jurado no está obligado a otorgar premio en cada categoría.

Se da la **opción** al jurado de reconocer con un **Gran Premio** por modalidad del concurso a la pieza que por sus especiales características sea merecedora de este reconocimiento.

Se otorgará un premio a la agencia “**2017 Best Awards Great Agency**” y otro al anunciante “**2017 Best Awards Great Advertiser**”, que mayor puntuación hayan obtenido según el número de premios conseguidos:

**Gran Premio: 10 puntos**

**Oro: 7 puntos**

**Plata: 4 puntos**

**Bronce: 2 puntos**

En caso de empate se dará a la compañía con mayor número de Grandes Premios, Oros, o Platas.



## 3. MODALIDADES

### 3.1-Best Branded Content

#### DEFINICIÓN

Creación o integración natural de contenido original de una marca. El propósito debe ser la transmisión de mensajes de marketing que conectan de manera original y entretienen a los consumidores a través de plataformas relevantes de contenido, más allá de los métodos o canales tradicionales publicitarios, utilizando técnicas de storytelling dirigidas al consumidor.

#### CATEGORÍAS

**1 - BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas.

**2 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**3 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario de consumo humano-animal.

**4 - CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y GENÉRICAS.**

**5 - RETAIL:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida.

#### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

**A. Vídeo explicativo de 5 minutos de duración máxima** mostrando los elementos que conforman la pieza de BRANDED CONTENT y donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.

**B. Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

#### VÍDEO

TIPO	Resolución	Codec
16:9	- 1920 x 1080 - 1280 x 720 - 1024 x 576	- QuickTime Apple Prores 25p - H264 25p

## 3.2. Best Shopper Marketing

### 3.2.1-Promo Activation

#### DEFINICIÓN

Cualquier tipo de elemento de difusión que haya sido creado para obtener una respuesta inmediata o acción específica y directa en el comportamiento del consumidor, ya sea usando muestras (sampling) marketing directo, couponing, eventos, fidelización, acciones en el punto de venta, experiencia de compra, street marketing, etc. Se premiarán aquellas piezas que de manera creativa hayan provocado la conexión con el consumidor.

#### CATEGORÍAS

**1 - BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas.

**2 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**3 - PRODUCTOS LÁCTEOS:** leche, postres lácteos, nata, batidos, mantequilla, quesos, helados.

**4 - ALIMENTACIÓN SECA, CAFÉS, CEREALES E INFUSIONES:** caldos, sopas y purés, salsas, mayonesa, legumbres, arroces, pastas, huevos, envasados, cafés, té, cacao y cereales desayuno.

**5- PRECOCINADOS Y CONGELADOS, CONSERVAS Y PRODUCTOS CÁRNICOS.**

**6 - VARIOS:** pan de molde, galletas, pastelería industrial, turrone, dulces de navidad, caramelos, caramelos líquidos, miel, chicles, chocolate, confituras y mermeladas, cremas de cacao, snacks, condimentos, especias, sazónadores, bases para cocinar, aceite y vinagre, concentrados, azúcar, sal, alimentación infantil, alimentación animal y otros no comprendidos en anteriores categorías.

**7 - RETAIL Y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

#### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

A. Se entregarán en la dirección de la Secretaría Técnica **dos copias por cada pieza presentada**, identificadas por una etiqueta con el número de inscripción y en soporte rígido. Si por su tamaño no fuese posible, deberán presentarse dos reproducciones a menor escala. En este último caso, se incluirá una nota en el propio material con las medidas originales.



B. Se hará llegar a través del sistema de inscripción **www.bestawards.marketing** una imagen en formato **JPG** con una **resolución de 300 ppp** o un PDF en alta resolución.

C. **Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

#### **MUY IMPORTANTE:**

- **La entrega deberá realizarse obligatoriamente antes del 13 de marzo. No se aceptarán materiales pasada esa fecha.**
- **Todas las piezas son desechadas después del evento, en caso de querer recuperarlas deberá comunicarlo por escrito a [mrivas@bestawards.es](mailto:mrivas@bestawards.es) antes de realizar el envío y comunicarlo en el mismo paquete donde envíe la pieza física.**

## **3.2.2- Direct**

### **DEFINICIÓN**

Podrán presentarse piezas individuales de marketing directo tales como Mailing Plano, Mailing Dimensional y Piezas de respuesta directa en medios offline.

### **CATEGORÍAS**

- 1 - BEBIDAS:** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 2 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario de consumo humano-animal.
- 3 - RETAIL Y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

### **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

A. Se entregarán en la dirección de la Secretaría Técnica **dos copias por cada pieza presentada**, identificadas por una etiqueta con el número de inscripción y en soporte rígido. Si por su tamaño no fuese posible, deberán presentarse dos reproducciones a menor escala. En este último caso, se incluirá una nota en el

propio material con las medidas originales.

B. Se hará llegar a través del sistema de inscripción **www.bestawards.marketing** una **imagen en formato JPG** con una resolución de 300 ppp o un PDF en alta resolución.

C. **Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

#### **MUY IMPORTANTE:**

- La entrega deberá realizarse obligatoriamente antes del 13 de marzo. No se aceptarán materiales pasada esa fecha.

- Todas las piezas son desechadas después del evento, en caso de querer recuperarlas deberá comunicarlo por escrito a [mrivas@bestawards.es](mailto:mrivas@bestawards.es) antes de realizar el envío y comunicarlo en el mismo paquete donde envíe la pieza física.

## **3.2.3-Display**

### **DEFINICIÓN**

Todas aquellas piezas para destacar la exposición de productos en el punto de venta.

### **CATEGORÍAS**

**1 - BEBIDAS** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**2 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario de consumo humano-animal.

**3 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

### **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

A. Explicación de la pieza, máximo 100 palabras junto a 3 fotos de cada trabajo presentado, **en formato JPG o PDF**, realizadas desde diversas perspectivas,

digitalizadas y en alta resolución **300 ppp**, para permitir su edición gráfica y su utilización para vídeo presentación. En la explicación deberán figurar las medidas originales de la pieza. Las fotografías, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.

**B. Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

C. Se solicitará la pieza física ganadora a los premiados para su exhibición. Consulte con la organización la fecha de entrega y los tamaños admitidos en la exposición.

#### **MUY IMPORTANTE:**

- **Todas las piezas son desechadas después del evento, en caso de querer recuperarlas deberá comunicarlo por escrito a [mrivas@bestawards.es](mailto:mrivas@bestawards.es) antes de realizar el envío y comunicarlo en el mismo paquete donde envíe la pieza física.**

## **3.3. Best Digital**

### **3.3.1. Web Development**

#### **DEFINICIÓN**

Cualquier pieza a la que el usuario acceda a través de una url de manera voluntaria tecleándola en un navegador o accediendo habiendo hecho clic en una acción de comunicación interactiva. Sitios web o minisites para una acción concreta.

#### **CATEGORÍAS**

**1 - BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra, y bebidas espirituosas

**2 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos, bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**3 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario.

**4 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de

conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

**A. Cada web o anuncio online constituye UNA inscripción.** En el caso de la categoría Social se podrá contemplar la acción completa. **Es imprescindible presentar una sola URL que dirija hacia la creatividad**, o explicación de la acción. Los “teasers” serán considerados como una inscripción única cuando tomados individualmente carezcan de significado, apareciendo el nombre de la marca y /o del producto sólo una vez.

B. Para cada inscripción es necesario rellenar un nuevo formulario de inscripción, incluyendo la URL, si fuera necesario. **La inscripción online debe estar accesible desde el 10 de Febrero de 2017 al 19 de abril de 2018, evitando el uso de usuario y contraseña para acceder.**

C. Las piezas remitidas en la categoría de publicidad online deberán en la medida de lo posible mostrar la creatividad en el contexto de la web en la que originalmente se mostró.

**D. Deberá incluirse una breve explicación de la acción** llevada a cabo, que ayude al jurado a valorar el trabajo, o dirigir a una url explicativa de la acción donde se recojan las creatividades.

### 3.3.2. Online Advertising

#### DEFINICIÓN

Acciones o campañas de banners, texto, rich media, virales, advergaming, etc. Llevadas a cabo a través de páginas web o email. Acciones de realidad virtual, realidad aumentada, publicidad nativa, vídeo online, webisodios, etc.

#### CATEGORÍAS

**1 - BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra, y bebidas espirituosas

**2 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos, bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**3 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario.

**4 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

#### **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

**A. Cada web o anuncio online constituye UNA inscripción.** En el caso de la categoría Social se podrá contemplar la acción completa. **Es imprescindible presentar una sola URL que dirija hacia la creatividad,** o explicación de la acción. Los “teasers” serán considerados como una inscripción única cuando tomados individualmente carezcan de significado, apareciendo el nombre de la marca y /o del producto sólo una vez.

**B.** Para cada inscripción es necesario rellenar un nuevo formulario de inscripción, incluyendo la URL, si fuera necesario. **La inscripción online debe estar accesible desde el 10 de Febrero de 2017 al 19 de abril de 2018, evitando el uso de usuario y contraseña para acceder.**

**C.** Las piezas remitidas en la categoría de publicidad online deberán en la medida de lo posible mostrar la creatividad en el contexto de la web en la que originalmente se mostró.

**D. Deberá incluirse una breve explicación de la acción** llevada a cabo, que ayude al jurado a valorar el trabajo, o dirigir a una url explicativa de la acción donde se recojan las creatividades.

### **3.3.3. Mobile Advertising**

#### **DEFINICIÓN**

Acciones o campañas de publicidad digital para teléfonos móviles, tabletas y dispositivos móviles en cualquier sistema operativo. Apps, MMS, SMS, web adaptada a dispositivos móviles, realidad aumentada, etc.

#### **CATEGORÍAS**

**1 - BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra, y bebidas espirituosas

**2 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos, bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**3 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario.

**4 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

A. **Cada web o anuncio online constituye UNA inscripción.** En el caso de la categoría Social se podrá contemplar la acción completa. **Es imprescindible presentar una sola URL que dirija hacia la creatividad,** o explicación de la acción. Los “teasers” serán considerados como una inscripción única cuando tomados individualmente carezcan de significado, apareciendo el nombre de la marca y /o del producto sólo una vez.

B. Para cada inscripción es necesario rellenar un nuevo formulario de inscripción, incluyendo la URL, si fuera necesario. **La inscripción online debe estar accesible desde el 10 de Febrero de 2017 al 19 de abril de 2018, evitando el uso de usuario y contraseña para acceder.**

C. Las piezas remitidas en la categoría de publicidad online deberán en la medida de lo posible mostrar la creatividad en el contexto de la web en la que originalmente se mostró.

D. **Deberá incluirse una breve explicación de la acción** llevada a cabo, que ayude al jurado a valorar el trabajo, o dirigir a una url explicativa de la acción donde se recojan las creatividades.

## 3.3.4. Social

### DEFINICIÓN

Acciones cuya ejecución esté fundamentalmente basada en redes sociales. Se atenderá el nivel de conexión, alcance social y el uso creativo de las redes sociales y su actividad para provocar una respuesta en el consumidor.

### CATEGORÍAS

**1 - BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra, y bebidas espirituosas.

**2 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos, bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**3 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario.

**4 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

### **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

**A. Cada web o anuncio online constituye UNA inscripción.** En el caso de la categoría Social se podrá contemplar la acción completa. **Es imprescindible presentar una sola URL que dirija hacia la creatividad,** o explicación de la acción. Los “teasers” serán considerados como una inscripción única cuando tomados individualmente carezcan de significado, apareciendo el nombre de la marca y /o del producto sólo una vez.

**B.** Para cada inscripción es necesario rellenar un nuevo formulario de inscripción, incluyendo la URL, si fuera necesario. **La inscripción online debe estar accesible desde el 10 de Febrero de 2017 al 19 de abril de 2018, evitando el uso de usuario y contraseña para acceder.**

**C.** Las piezas remitidas en la categoría de publicidad online deberán en la medida de lo posible mostrar la creatividad en el contexto de la web en la que originalmente se mostró.

**D.** Deberá incluirse una breve explicación de la acción llevada a cabo, que ayude al jurado a valorar el trabajo, o dirigir a una url explicativa de la acción donde se recojan las creatividades.

## **3.4. Best Gráfica**

### **DEFINICIÓN**

Piezas publicitarias elaboradas para su publicación en prensa, revistas, dominicales, o publicidad exterior.

### **CATEGORÍAS**

**1 - BEBIDAS:** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

- 2 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario de consumo humano-animal.
- 3 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, campañas institucionales y genéricas.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

- A. **Las Inscripciones de las piezas se harán a través de la web de [www.bestawards.marketing](http://www.bestawards.marketing) exclusivamente** rellenando el formulario de inscripción. El formato de los archivos debe ser JPG con una resolución de 300 ppp.
- B. Se podrán presentar hasta un **máximo de 3 piezas de la misma campaña**, pagando por cada pieza adicional lo establecido en el cuadro de precios.
- C. **Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

## 3.5. Best Pr

### DEFINICIÓN

Todos aquellos trabajos de Relaciones Públicas llevadas a cabo por marcas con medios de comunicación, bloggers, o influenciadores que no hayan tenido una contraprestación económica entre la marca y el medio. Se incluyen acciones de comunicación corporativa, comunicación interna, responsabilidad social empresarial, comunicación digital y eventos de Relaciones públicas. Se valorará la creatividad y originalidad en la propuesta. Aunque el jurado no tendrá como objetivo la valoración del resultado como principal activo de la acción, es necesario explicar el impacto en medios de comunicación conseguido por la acción.

### CATEGORÍAS

- 1 - BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas.
- 2 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 3 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario de consumo humano-animal.



**4 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

**A. Vídeo explicativo de 5 minutos de duración máxima** donde se expliquen los objetivos de comunicación la estrategia, y las distintas acciones llevadas a cabo.

**B. Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

VÍDEO		
TIPO	Resolución	Codec
16:9	- 1920 x 1080 - 1280 x 720 - 1024 x 576	- QuickTime Apple Prores 25p - H264 25p

## 3.6. Best Spot

### DEFINICIÓN

Películas publicitarias audiovisuales ideadas para su difusión en televisión, cine o medios interactivos con una duración máxima de 60 segundos.

### CATEGORÍAS

- 1- BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas.
- 2 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 3 - PRODUCTOS LÁCTEOS:** leche, postres lácteos, nata, batidos, mantequilla, quesos, helados.
- 4 - ALIMENTACIÓN SECA, CAFÉS, CEREALES E INFUSIONES:** caldos, sopas y

purés, salsas, mayonesa, legumbres, arroces, pastas, huevos, envasados, cafés, té, cacao y cereales desayuno.

## 5 - PRECOCINADOS Y CONGELADOS, CONSERVAS Y PRODUCTOS CÁRNICOS

**6 - VARIOS:** pan de molde, galletas, pastelería industrial, turrone, dulces de navidad, caramelos, caramelos líquidos, miel, chicles, chocolate, confituras y mermeladas, cremas de cacao, snacks, condimentos, especias, sazónadores, bases para cocinar, aceite y vinagre, concentrados, azúcar, sal, alimentación infantil, alimentación animal y otros no comprendidos en anteriores categorías.

**7 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

A. Se podrán presentar hasta un **máximo de 3 piezas de la misma campaña**, pagando por cada pieza adicional lo establecido en el cuadro de precios. con una duración máxima de 60 segundos.

B. **Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

### VÍDEO

TIPO	Resolución	Codec
16:9	- 1920 x 1080 - 1280 x 720 - 1024 x 576	- QuickTime Apple Prores 25p - H264 25p

## 3.7. Best Branding

### 3.7.1-Packaging

#### DEFINICIÓN

Podrán ser inscritos los elementos cuya finalidad sea el contener un producto en su interior.

#### CATEGORÍAS

##### 1 - VINOS

##### 2 - BEBIDAS ESPIRITUOSAS

##### 3 - CERVEZAS, SIDRAS Y COMBINADOS CON ALCOHOL

**4 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**5 - PRODUCTOS LÁCTEOS:** leche, postres lácteos, nata, batidos, mantequilla, quesos, helados.

**6 - ALIMENTACIÓN SECA, CAFÉS, CEREALES E INFUSIONES:** caldos, sopas y purés, salsas, mayonesa, legumbres, arroces, pastas, huevos, envasados, cafés, té, cacao y cereales desayuno.

**7 - PRECOCINADOS, CONGELADOS Y CONSERVAS:** productos listos para consumir, conservas vegetales, de pescado.

##### 8 - PRODUCTOS CÁRNICOS Y EMBUTIDOS.

**9 - PANADERÍA, CONFITERÍA Y DULCES:** pan de molde, galletas, pastelería industrial, turrone, dulces de navidad, caramelos, caramelos líquidos, miel, chicles, chocolate, confituras y mermeladas, cremas de cacao, snacks.

**10 - VARIOS:** condimentos, especias, sazónadores, bases para cocinar, aceite y vinagre, concentrados, azúcar, sal, alimentación infantil, alimentación animal y otros no comprendidos en anteriores categorías.

#### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

A. Se enviará a la Secretaría Técnica **el pack propiamente dicho** y perfectamente protegido para su transporte, **por duplicado**. Si por su tamaño no fuese posible, deberán presentarse dos reproducciones a menor escala. En este último caso, se incluirá una nota en el propio material con las medidas originales.

B. Deberá enviarse la copia de la ficha de inscripción junto al pack en cuestión. Si se trata de una serie, **se admitirá un máximo de 3 piezas y se identificará en el dorso de cada pieza como “1/3” “2/3”, “3/3”**. La copia de la ficha de inscripción se enganchará en la pieza nº 1/3.

C. Se harán llegar dos imágenes desde perspectivas distintas en formato JPG o PDF con una resolución de 300 ppp a través del sistema de inscripción de **www.bestawards.marketing**.

D. **Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

## 3.7.2. Corporate Identity

### DEFINICIÓN

Son susceptibles de entrar en esta modalidad los trabajos de diseño de identidad corporativa, desarrollados en múltiples formatos o soportes que impliquen contacto visual para el consumidor. Creación de logotipos, identidad gráfica, catálogos, memorias anuales, diseño de establecimientos, escaparatismo, menús, etc.

### CATEGORÍAS

**1 - BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas.

**2 - BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** agua mineral, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**3 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario de consumo humano-animal.

**4 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

A. **Archivo pdf** con el montaje subido a través del sistema de inscripción de **www.bestawards.marketing**

B. Se entregarán en la dirección de la Secretaría Técnica dos copias por cada pieza presentada, identificadas por una copia de la ficha de inscripción de la pieza y en soporte rígido. Si por su tamaño no fuese posible, deberán presentarse dos reproducciones a menor escala. En este último caso, se incluirá una nota en el propio material con las medidas originales.

C. **Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

## VÍDEO

TIPO	Resolución	Codec
16:9	- 1920 x 1080 - 1280 x 720 - 1024 x 576	- QuickTime Apple Prores 25p - H264 25p

## IMAGEN

- JPG o PDF 300 ppp

### MUY IMPORTANTE:

- La entrega deberá realizarse obligatoriamente antes del 13 de marzo. No se aceptarán materiales pasada esa fecha.
- Todas las piezas son desechadas después del evento, en caso de querer recuperarlas deberá comunicarlo por escrito a [mrivas@bestawards.es](mailto:mrivas@bestawards.es) antes de realizar el envío y comunicarlo en el mismo paquete donde envíe la pieza física.

## 3.8. Best Media

### DEFINICIÓN

Se reconocerá la creatividad en el uso de los medios de comunicación pagados. Utilizando ideas originales, creativas y que impacten en la planificación de los mensajes publicitarios.

### CATEGORÍAS

**1 - BEBIDAS:** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

**2 - ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario de consumo humano-animal.

**3 - RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

#### VÍDEO

TIPO	Resolución	Codec
16:9	- 1920 x 1080 - 1280 x 720 - 1024 x 576	- QuickTime Apple Prores 25p - H264 25p

#### IMAGEN

- JPG o PDF 300 ppp

A. Para piezas en medios impresos, exterior o internet. Enviar documento en **JPG o PDF a 300 ppp.**

B. Para piezas multimedia o audiovisuales, distribuidas en TV, radio o cine **vídeo explicativo de máximo 3 minutos de duración**, mostrando todos los elementos que integran la acción publicitaria.

C. **Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

## 3.9. Best Integrated

### DEFINICIÓN

Esta modalidad pretende recoger aquellas campañas que utilicen más de una disciplina integrando el desarrollo por distintos medios de una acción de marketing de una compañía o producto. Se valorará la creatividad y relevancia en el uso de varios tipos de disciplinas de marketing.

### CATEGORÍAS

- 1- **BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas.
- 2- **BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 3 - **ALIMENTACIÓN:** cualquier producto alimentario de consumo humano-animal.
- 4 - **RETAIL y OTROS:** restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

VÍDEO		
TIPO	Resolución	Codec
16:9	- 1920 x 1080 - 1280 x 720 - 1024 x 576	- QuickTime Apple Prores 25p - H264 25p

A. **Vídeo explicativo de 5 minutos** de duración máxima mostrando los elementos que conforman la campaña y donde se expliquen los objetivos de comunicación la estrategia, y las distintas disciplinas de marketing utilizadas.

**B. Opcional:** se puede presentar una URL explicativa de las piezas que dirija hacia la creatividad, si se considera necesario, como breve explicación de la acción llevada a cabo. **ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL:** debe comenzar con “http://” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL es accesible en línea hasta el 19 de abril de 2018.

## 4. CONTACTO

Secretaría Técnica BEST AWARDS

[info@bestawards.es](mailto:info@bestawards.es)

Ediciones y Estudios S.L.

Enrique Larreta 5, 1º

28036 Madrid

Tel. 91 315 98 45