

## Bases Premios Inspirational'22

Los Premios Inspirational reconocerán aquellas campañas, proyectos y empresas que el Jurado considere más inspiradoras para el sector de la comunicación y publicidad en entornos digitales.

Se considerará “inspiradora” aquella campaña, proyecto o marca comercial cuya aportación en términos de creatividad, innovación, eficacia o notoriedad sirva de referencia para agencias, anunciantes y sector en general, valorándose estos aspectos comunes para todas las categorías:

- Que hayan marcado un nuevo camino o roto esquemas de forma destacada en la industria digital.
- Que hayan definido nuevas tendencias para el sector interactivo.
- Que hayan impulsado de forma sobresaliente la comunicación en medios digitales.

El ámbito geográfico de las candidaturas que opten a los Premios Inspirational es estrictamente español, ya que su objetivo es premiar y potenciar las mejores iniciativas de nuestro país.

La inscripción se realizará a través del formulario de inscripción habilitado en la plataforma: <https://inspirational.koolfest.com>. Será necesario una descripción del caso y una imagen o board explicativo del mismo. Además, se puede incluir la URL si es necesario para entender la campaña. La organización recomienda, además, completar la inscripción con un video-case de la campaña candidata de 2 minutos de duración máxima. Para las categorías que aplique, se podrán adjuntar las piezas originales correspondientes. En caso de que la campaña resulte ganadora de un oro, se solicitará un segundo video de máximo 1 minuto de duración para proyectarse en la gala de entrega de premios de Inspirational'22.

Una misma campaña, podrá obtener un máximo 3 premios en las diferentes categorías. Adicionalmente, sí podrá obtener los grandes premios.

Existirán 18 categorías a premiar, que recibirán, si el jurado lo considera, Premios de Oro, Plata y Bronce. La organización otorgará todos los metales (ORO, PLATA Y BRONCE), en la Gala de Entrega de Premios del 20 de octubre de 2022, celebrada en el Círculo de Bellas Artes de Madrid.

De entre todas las categorías se otorgará, adicionalmente, el “Gran Premio Inspirational”, si el jurado así lo considera, a cualquiera de las acciones premiadas en cualquiera de las categorías anteriores, excepto en las categorías jóvenes talentos digitales, anunciante del año y agencia del año.

Las fechas y el proceso de votación, para todas las categorías, es el siguiente:

- Campañas inscritas en los premios: Deben ser proyectos comprendidos entre septiembre de 2021 y septiembre de 2022.
- Plazo para registro de campañas: **Del 10 de mayo al 14 de septiembre de 2022 a las 23.59h.**
- Publicación Shortlist: **6 de octubre de 2022.**
- Publicación de los ganadores (Oros, platas y bronce): **20 de octubre de 2022,** en la gala de entrega de premios de Inspirational'22.

El precio de las inscripciones es de 125€ (IVA no incluido) por pieza y categoría, en el caso de los socios de IAB Spain, existe un 20% de descuento en las inscripciones. La categoría Jóvenes Talentos Inspirational'22 no tiene coste.

Los premios a las categorías: Agencia del año, Anunciante del año y Gran Premio Inspirational, serán otorgados directamente por el jurado, sin posibilidad de inscripción en estas categorías.

## **Categorías:**

### **1. Made for digital:**

#### **1.1 Campañas Integradas:**

Se premiarán campañas de comunicación formadas por dos o más piezas interactivas exclusivamente diseñadas y ejecutadas para su difusión en medios y soportes digitales, que demuestren innovación en la forma de comunicar, interacción con el consumidor y relevancia en el medio digital.

Asimismo, se considerarán campañas integradas las campañas transmedia, aquellas que creen un universo narrativo y múltiples contenidos líquidos, con diferentes capas de profundidad, donde los usuarios pueden ir más allá del consumo lineal y tienen la opción de interactuar, formar parte e incluso personalizar sus experiencias.

#### Ejemplo:

<https://www.youtube.com/watch?v=D9aWGepL5qk>

#### **1.2. Digital Experience.**

Se premiarán piezas en las que, tanto por el diseño como por su ejecución, la calidad y la experiencia de usuario destaquen en el contexto digital.

#### Ejemplo:

<https://www.youtube.com/watch?v=FgheleydssQ>

### 1.3 Producción audiovisual digital:

Se premiarán piezas audiovisuales creadas específicamente para el contexto digital, sin ser meras adaptaciones de otros medios, en las que tanto por su ejecución, calidad y producción destaquen en este medio. Realizada para y/o con una marca, con fines publicitarios. Ej: Cualquier tipo de vídeo creado para el medio digital y difundido en ese contexto, como pueden ser prerolls, bumpers, display o RRSS.

En esta categoría, no se deberá subir un video-case, sino la pieza original o un fragmento de ella. La pieza, no tiene por qué tener una limitación de duración, pero la organización recomienda que se suba una versión de no más de 2 minutos para ser juzgada. En caso de necesitarse el original/pieza larga, el jurado podrá solicitarla.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=Onyz3aMnBaE>

<https://www.youtube.com/watch?v=uo74z-el6Q>

Colabora [APCP \(Asociación de productoras de Cine Publicitario\)](#)

### 1.4 Ideas disruptivas

Se considerarán ideas disruptivas aquellas que marquen un nuevo camino creativo dentro del contexto digital. La disrupción puede considerarse tanto desde el punto de vista completamente creativo, con ideas que se salgan de lo convencional y demuestren claramente su innovación en el mercado, como por un uso disruptivo del producto, de la tecnología, de las plataformas o medios. En todo caso se primará la capacidad innovadora de la idea sobre cuestiones meramente tecnológicas.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=ooO4okvxy7o>

### 1.5 Pensamiento estratégico

Se premiarán en esta categoría aquellas campañas o proyectos destacados por su relevancia y visión estratégica; ya sea por su innovación, disrupción o hallazgo estratégico para alcanzar los objetivos de comunicación y construcción de marca. La inscripción deberá recoger dicho planteamiento, así como toda la información y data que apoye y valide dicho discurso.

Ejemplo:

<https://www.youtube.com/watch?v=pQdTRY2T6SU>

## **1.6 Mejor uso de medios digitales “creatividad en medios”**

Se premiará en esta categoría el uso creativo de cualquier medio digital, entendiendo por medio digital cualquier tipo de formato digital paid, social media, plataformas, medios digitales exteriores, instalaciones digitales y cualquier otro formato eminentemente digital. Destacando su conocimiento o adecuación a la idea creativa.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=FgheleydssQ>

[https://www.youtube.com/watch?v=DO\\_m4qwpWqw&t=5s](https://www.youtube.com/watch?v=DO_m4qwpWqw&t=5s)

## **2. Gaming & esports:**

### **2.1. Entretenimiento Gamificado:**

Contenido original hecho por una marca donde se busque la participación y el entretenimiento a través de dinámicas y mecánicas y elementos característicos de los juegos, los videojuegos, las apps u otros formatos lúdicos.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=1fcZLgLRtC4>

<https://www.youtube.com/watch?v=yx2iNmRjVDM>

### **2.2 Gaming & esports:**

Campañas o proyectos originales hechas por una marca que participen de forma relevante de la industria del gaming y/o de los esports, ya sea a través de contenidos relevantes para la comunidad, acciones, promociones o activaciones pensadas para este entorno o un uso de plataformas/influencers/streamers innovador en el sector.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=8wXmrzmqT0c>

## **3. Branded Content:**

### **3.1 Estrategia de Branded Content:**

En esta categoría se valorará principalmente la identificación de la oportunidad estratégica desde la que conectar la marca con sus consumidores, audiencias o usuarios de forma relevante y la consistencia del proyecto de branded content en sí mismo. Se tendrá en cuenta cómo el contenido se utiliza estratégicamente como activo de comunicación para aportar relevancia de marca a este público objetivo y cómo se ejecuta a través de los canales y puntos de contacto adecuados para la audiencia de manera consistente y coherente.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=2ObimJmhAsY>

<https://www.youtube.com/watch?v=pQdTRY2T6SU>

### **3.2 Creatividad en Branded Content:**

En esta categoría se valorará principalmente la originalidad y la innovación en la forma o formato ideado para crear y/o distribuir el/los contenidos del proyecto de branded content. Dicho contenido puede tener forma audiovisual, física, virtual, sonora o cualquier otra forma que provoque una experiencia diferencial en la conexión de las audiencias y su consumo voluntario del contenido.

Ejemplos:

[https://www.youtube.com/watch?v=0aYkYnWG5\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=0aYkYnWG5_M)

Colabora [BCMA Spain \(Branded Content Marketing Association\)](#)

### **4. Estrategia de influencia:**

Se premiarán acciones de comunicación digital en las que el uso por parte de las marcas de influencers, streamers o creadores de contenido se realice de una forma creativa, innovadora y relevante para el consumidor. La asociación con la marca y la idea debe ser clara y pertinente, y no responder únicamente a una estrategia de medios.

Ejemplo:

<https://www.youtube.com/watch?v=g7O-FkxCn5k>

### **5. Mejor uso de la data:**

Se premiarán campañas o acciones de comunicación, en las que se demuestre que el uso de la data y/o la inteligencia artificial ha sido crítico para el desarrollo, la ejecución y la consecución de los resultados de la acción de comunicación digital (data driven insight, data storytelling, social data, real time data, data visualization...). Se solicitará en la descripción o en el Board de la campaña, la explicación del motivo por el que el uso de la data en el proyecto ha sido diferencial, innovador y relevante en el contexto del mercado.

Ejemplo:

<https://www.youtube.com/watch?v=9COQdX9k2sE>

## **6. Responsabilidad social corporativa *PEOPLE*:**

Se premiarán proyectos de comunicación enfocados a la prevención, concienciación, educación y denuncia de aquellas situaciones de vulnerabilidad en colectivos de riesgo (mujeres, niños, inmigrantes, ancianos, drogodependencia...).

Las campañas presentadas en este apartado no podrán presentarse a otras categorías.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=BAVxcaAluZo>

<https://www.youtube.com/watch?v=pQdTRY2T6SU>

## **7. Compromiso social corporativo *PLANET*:**

Se premiarán proyectos de comunicación enfocados a la prevención, concienciación, educación y denuncia de aquellas situaciones que afectan al planeta y sus especies (medio ambiente, clima, naturaleza, ciudades sostenibles, reciclaje, océanos, animales...).

Las campañas presentadas en este apartado no podrán presentarse a otras categorías.

Ejemplo:

<https://www.youtube.com/watch?v=PUoCSsibyHg>

## **8. Jóvenes Talentos Digitales:**

Ver Briefing: <https://inspirational.es/wp-content/uploads/2022/06/BRIEFING-CONCURSO-JOVENES-TALENTOS-DIGITALES-2022.pdf>

Ver Bases Concurso: <https://inspirational.es/wp-content/uploads/2022/06/BASES-CONCURSO-JOVENES-TALENTOS-DIGITALES-2022.pdf>

## **9. Agencia del año:**

Agencia más premiada en el Festival Inspirational en base al sistema de puntos establecido en el anexo I.

Premio otorgado directamente por el jurado, sin posibilidad de inscripción en la categoría.

## **10. Anunciante del año:**

Anunciante más premiado en el Festival Inspirational en base al sistema de puntos establecido en el anexo II.

Premio otorgado directamente por el jurado, sin posibilidad de inscripción en la categoría.

## 11. Gran Premio Inspirational:

De entre todas las categorías se otorgará, adicionalmente, el “Gran Premio Inspirational”, si el jurado así lo considera, a cualquiera de las acciones premiadas en cualquiera de las categorías anteriores, excepto en las categorías jóvenes talentos digitales, anunciante del año y agencia del año.

Premio otorgado directamente por el jurado, sin posibilidad de inscripción en la categoría.

Plazo para registro de campañas: **Del 10 de mayo al 14 de septiembre de 2022.**

### Anexo I

La puntuación para elegir la agencia del año se basará en la siguiente puntuación

- Oro: 10 puntos
- Plata: 6 puntos
- Bronce: 3 puntos
- Shortlist: 1 punto

### Anexo II

La puntuación para elegir el anunciante del año se basará en la siguiente puntuación

- Oro: 10 puntos
- Plata: 6 puntos
- Bronce: 3 puntos
- Shortlist: 1 punto