

# Bases Premios Inspirational'25

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 premiarán campañas que inspiren un pensamiento disruptivo digital. Se considerará disruptiva e inspiradora, aquella campaña, proyecto o marca comercial cuyo pensamiento, estrategia, idea, uso del medio, formato, experiencia o propósito digital, hayan conseguido ser un multiplicador de valor y ser una 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 será español, ya que su objetivo es premiar y potenciar las mejores iniciativas de nuestro país. En el caso de que haya alguna campaña internacional, liderada por una agencia española, se podrá inscribir en la categoría de campañas internacionales sin la necesidad de que la difusión y la comunicación haya sido en el territorio nacional.

Las campañas inscritas en los premios, deben ser proyectos comprendidos entre septiembre de 2024 y septiembre de 2025, excepto en la categoría territorio & construcción de marca (*Ver información en la definición de las categorías*).

Una misma campaña, podrá obtener un máximo de 3 premios en las diferentes categorías. Adicionalmente, sí podrá optar a los grandes premios que se otorgarán a través del sistema de puntuación que se especifican en el ANEXO I y ANEXO II.

La inscripción se realizará a través del formulario de inscripción habilitado en la plataforma: <https://inspirational.koolfest.com>.

Para la inscripción, será necesario:

- **Ficha:** Categoría, título de la campaña, agencia que inscribe y que por lo tanto suma los puntos para los grandes premios, agencias colaboradoras y anunciante. Persona de contacto, móvil y correo.

**Los datos de la ficha se completarán directamente desde la plataforma, no hay que subirlo como documento.**

- **Formulario: *Máximo 15.000 caracteres (espacios incluidos). Formato PDF.***
  1. Contexto y objetivos de la campaña.
  2. Descripción de la campaña.
  3. Valor digital: ¿Por qué / Cómo el pensamiento digital ha contribuido a multiplicar el valor de la campaña?
  4. Cambio generado: ¿Qué cambio se consiguió como resultado de esta campaña? (Cambios en los usuarios, técnicos, en la compañía, en los usuarios, en la sociedad...)
  5. Inspiración para el sector: ¿Qué podría aprender nuestra industria de una campaña como esta?

Adicionalmente y de forma voluntaria, se podrá ilustrar y acompañar con los siguientes materiales tras subir la ficha y el formulario.

- Board o imagen resumen.
- Video case (Recomendado) (Max. 2 minutos).
- Piezas originales: Video, audio, imagen etc.
- Url.

El nombre de la agencia que presenta los materiales no deberá aparecer en el formulario ni en los materiales subidos, solo aparecerá en la ficha de la campaña que se complete a través de la plataforma.

En caso de que la campaña resulte ganadora de un oro, se solicitará un video de máximo 1 minuto de duración para proyectarse en la gala de entrega de premios de Inspirational'25.

La elección de la categoría a inscribir cada campaña es trabajo único de la agencia que inscribe los casos y desde la organización no se podrá recomendar ni cambiar de categoría una vez la pieza esté inscrita.

Existirán 19 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 16 de octubre de 2025, celebrada en el Círculo de Bellas Artes de Madrid en formato presencial y en streaming a través del canal de YouTube de IAB Spain.

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, es el siguiente:

- Plazo para registro de campañas: **Del martes 13 de mayo al lunes 15 de septiembre a las 23.59 (AMPLIACIÓN DE PLAZO -> MIÉRCOLES 17 DE SEPTIEMBRE A LAS 23:59H)**.
- Publicación Shortlist: **viernes 3 de octubre de 2025.**
- Publicación de los ganadores (Oros, platas y bronces): **16 de octubre de 2025**, en la gala de entrega de premios de Inspirational'25.

El precio de las inscripciones es de 220€ (IVA no incluido) por pieza y categoría hasta el 18 de julio de 2025 y de 260€ (IVA no incluido) desde el 19 de julio hasta fin de inscripciones. En el caso de los socios de IAB Spain, existe un 20% de descuento en las inscripciones que se aplicará de forma automática tras registrarse en la plataforma como socios y ser validados por la organización. La categoría Jóvenes Talentos Inspirational'25 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 PREMIOS INSPIRATIONAL 2025:**

### **Categorías transversales:**

#### **1. 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.

#### Ejemplos:

<https://www.youtube.com/embed/ksik7MhnsME>

<https://www.youtube.com/embed/N4eCFbSpN1A>

<https://www.youtube.com/embed/yILqv79zpzC>

#### **2. 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.

#### Ejemplo:

<https://www.youtube.com/embed/DCny4XnnIIA>

<https://www.youtube.com/embed/7S8Rf2iKWDo>

#### **3. 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.

Ejemplo:

<https://www.youtube.com/embed/v3h6nJMIIs>  
<https://www.youtube.com/embed/mlk8ZyNUIM8>

#### **4. Mejor uso creativo de la inteligencia artificial:**

Se premiarán campañas o acciones de comunicación, en las que se demuestre que el uso creativo de inteligencia artificial ha sido crítico para el desarrollo, la ejecución y la consecución de los resultados de la acción de comunicación digital. Se solicitará en la descripción o en el Board de la campaña/ acción, la explicación del motivo por el que el uso de IA en el proyecto ha sido diferencial, innovador y relevante en el contexto del mercado.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/watch?v=uO7gM9XIZQA&t=4s>  
[https://www.youtube.com/watch?v=US\\_1qLyOmUc](https://www.youtube.com/watch?v=US_1qLyOmUc)  
[https://www.youtube.com/watch?v=pbvrY\\_aK\\_II&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=pbvrY_aK_II&feature=youtu.be)  
<https://www.youtube.com/watch?v=TufvOzl38D8&feature=youtu.be>  
<https://www.youtube.com/watch?v=HuAQ3UyyjaU&feature=youtu.be>

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

Se premiarán campañas o acciones de comunicación, en las que se demuestre que el uso creativo de la data (No técnico) 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, CRM, commerce, retail media ...). 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/embed/jNNBV5MKyE4>  
<https://www.youtube.com/embed/6Jl4mAqhpK4>

### **Categorías específicas: Formato**

#### **6. Digital Experience & Commerce:**

Se premiarán aquellas piezas cuya excelencia en diseño y ejecución, así como la calidad y experiencia del usuario, destaquen en el ámbito digital, incluyendo e-commerce y apps. La experiencia en estos entornos será mejorada y reconocida por su uso eficaz y engagement.

Ejemplo:

<https://www.youtube.com/embed/2Qj-8RlrFmq>

## **7. 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, se deberá subir 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 3/4 minutos para ser juzgada.

Ejemplo:

[https://inspirational.es/wp-content/uploads/ORO\\_PRODUCCION\\_AUDIOVISUAL.mp4](https://inspirational.es/wp-content/uploads/ORO_PRODUCCION_AUDIOVISUAL.mp4)

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

## **Categorías específicas: Experiencias**

### **8. Gaming, esports & entretenimiento:**

Campañas o proyectos digitales hechos 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. También se valorarán acciones y contenidos realizados por marcas donde se busque la participación y el entretenimiento a través de dinámicas, mecánicas y elementos característicos de los juegos, los videojuegos, las apps u otros formatos lúdicos.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/embed/UZafeStOS8E>

### **9. Estrategia de branded content:**

En esta categoría se valorará principalmente la identificación de la oportunidad estratégica digital 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 digitales y puntos de contacto adecuados para la audiencia de manera consistente y coherente.

Ejemplo:

<https://www.youtube.com/embed/U5tN0i0-OdA>

<https://www.youtube.com/embed/5bzfqcNgEMc>

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

## 10. 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 en entornos digitales. 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.

Ejemplo:

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

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

## 11. 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/embed/S7uVSkCLvGA>

<https://www.youtube.com/embed/pHTuvkDdpn4>

## Categorías específicas:

### 12. Propósito corporativo e impacto social para una marca.

Se premiarán proyectos de comunicación enfocados en trascender, que busquen el impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente a través de una marca.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/embed/OH6GicixN5o>

[https://www.youtube.com/embed/rz\\_2lpby8mY](https://www.youtube.com/embed/rz_2lpby8mY)

<https://www.youtube.com/embed/vSwTEuUOXAQ>

### 13. Propósito corporativo e impacto social para ONG y Fundaciones.

Las campañas presentadas no podrán presentarse a otras categorías.

Se premiarán proyectos de comunicación enfocados en trascender y que busquen el impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente a través de ONG y Fundaciones.

*Esta categoría 13: Propósito corporativo e impacto social para ONG y Fundaciones.*

*No puntuará para los grandes premios: Agencia del Año, Anunciante del Año y Gran Premio Inspirational.*

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/embed/D0HBPZmpH9M>

#### **14. Categoría internacional:**

Las campañas presentadas no podrán presentarse a otras categorías.

Campañas o proyectos internacionales, realizados y liderados por una agencia española. No será necesario que la difusión y la comunicación haya sido en el territorio nacional.

Ejemplo:

<https://www.youtube.com/embed/HEIYuDVcihQ>

#### **15. Categoría territorio & construcción de marca:**

Marcas que están siendo coherentes en un mismo territorio a través de diferentes campañas, en los últimos años, teniendo que demostrar la continuidad de este mismo territorio con una nueva campaña en el último año 2024-2025.

Las inscripciones presentadas en esta categoría, cuyas acciones o campañas conjuntas superan el tiempo establecido de septiembre 2024 a septiembre 2025, no podrán presentarse a otras categorías. Si que se podrán presentar en el resto de las categorías, acciones o campañas puntuales que se hayan desarrollado entre el periodo establecido de septiembre 2024 a septiembre 2025.

Ejemplos:

<https://www.youtube.com/embed/5VTsKFS2fJ8>

### **Categoría específica especial: Jóvenes Talentos Digitales**

#### **16. Jóvenes Talentos Digitales:**

Esta categoría se publicará más adelante.

## **Grandes Premios:**

Premios otorgados directamente por el jurado, sin posibilidad de inscripción en estas categorías.

#### **17. Agencia del año:**

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

#### **18. Anunciante del año:**

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

## 19. 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.

### Anexo I

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

- Gran Premio: 3 puntos
- Oro: 8 puntos
- Plata: 6 puntos
- Bronce: 4 puntos
- Shortlist: 1 punto

Esta puntuación se otorgará a la agencia que inscriba el caso.

La puntuación se asignará a la agencia que inscriba la pieza, salvo en los casos en que la inscripción se realice, desde el inicio, de forma conjunta en representación de un grupo de agencias o designando a dos agencias principales como máximo. En estos casos, deberá indicarse explícitamente en el campo “Agencia/s Principal/es” durante el proceso de inscripción y antes de la publicación de la Short List y el Palmarés.

### Anexo II

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

- Gran Premio: 3 puntos
- Oro: 8 puntos
- Plata: 6 puntos
- Bronce: 4 puntos
- Shortlist: 1 punto

Esta puntuación se otorgará al anunciante o anunciantes (max. 2) que se indiquen en la subida de la campaña.