

BASES Y CATEGORÍAS

Premios Nacionales
de Creatividad **2022**

20-21 de mayo / San Sebastián-Donostia

El **Anuario de la Creatividad Española 2022**

recogerá todas las piezas creadas y/o difundidas en España entre el 1 de enero del año 2021 y el cierre de inscripciones, en cualquier medio y formato, que sean seleccionadas como claro exponente de calidad en comunicación y creatividad.

El certamen cuenta con **cinco apartados**:

1. ESTRATEGIA

En el apartado de **ESTRATEGIA**, se juzgará la excelencia en el diseño y planificación de acciones dirigidas a alcanzar objetivos de comunicación y construcción de marca. Se considera que la excelencia de una estrategia se alcanza cuando se plantean de manera clara, diferenciadora y novedosa los objetivos marcados.

2. IDEAS

En el apartado de **IDEAS**, se analizará y valorará la calidad de la IDEA o concepto y su aportación al desarrollo o crecimiento de la marca y/o negocio. Este apartado está dividido en categorías que corresponden a sectores de mercado, a los que se añade una categoría: “Ideas para un mundo más sostenible”.

3. CONTENIDO

En el apartado de **CONTENIDO**, se valorarán aquellos activos de comunicación producido/s o coproducido/s por una marca y distribuidos fuera del espacio publicitario que, mediante distintos formatos, comunican y conectan con una audiencia que, al encontrarlos relevantes, les dedica voluntariamente su tiempo de atención.

4. INNOVACIÓN

En el apartado de **INNOVACIÓN**, se valorará el aspecto innovador de un proyecto en cuanto al uso de la tecnología, formato, uso del medio o creación de nuevos productos o servicios, y siempre en relación a su contribución al desarrollo de la marca.

5. CRAFT

En el apartado de **CRAFT**, se valorarán todos los aspectos ejecucionales de un proyecto, que determinan su producción y su realización y contribuyen de forma decisiva a potenciar la idea.

Los apartados de ESTRATEGIA, CONTENIDO e INNOVACIÓN, contarán cada uno con un jurado de siete personas, incluyendo a un portavoz. El jurado de CRAFT estará formado, por un lado, por quince profesionales, que evaluarán todas las categorías exceptuando las de “interacción con el usuario” que juzgarán otros cinco profesionales. El jurado de IDEAS constará de trece miembros, procedentes de los otros jurados para asegurar una continuidad en el criterio de votación. Para coordinar la labor del jurado, se nombrará a un/a presidente/a.

Los jurados seleccionarán aquellas piezas que se incluirán en el Anuario de la Creatividad Española 2022 y las que a su juicio merecen un metal de los tres que se contemplan: **bronce, plata y oro**.

La elección del **Gran Premio** se realizará entre aquellas piezas que hayan obtenido **un oro en la categoría de IDEAS y, además, otro metal en cualquiera de los otros apartados**. No pueden concurrir al Gran Premio las piezas que correspondan a Servicios públicos sin ánimo de lucro y ONG.

El jurado podrá solicitar a quien haya hecho la inscripción los datos adicionales que considere necesarios. El jurado es soberano en sus decisiones. Tiene potestad para unir o separar piezas y se reserva el derecho de cambiar la categoría de una inscripción, cuando así lo considere oportuno.

El Club de Creativos se reserva el derecho de conservar el material presentado al certamen Premios Nacionales de Creatividad para editar el libro Anuario de la Creatividad Española e incluirlo en la web de uso público: **www.clubdecreativos.com/archivodelacreatividad/**. El c de c también podrá utilizarlo posteriormente con fines promocionales, divulgativos y didácticos.

**ESTAR EN
UN LIBRO,
MOLA.**

**Inscripciones en clubdecreativos.com
- último día 7/02/2022**

CATEGORÍAS

ESTRATEGIA
IDEAS
CONTENIDO
INNOVACIÓN
CRAFT

Estrategia

1.1 CONSISTENCIA DE MARCA

Se premiarán aquellas campañas significativas del año que construyan con coherencia sobre la estrategia de marca de los últimos tres años (como mínimo), demostrando así la importancia de la consistencia a largo plazo para generar valor de marca.

1.2. REPOSICIONAMIENTO DE MARCA

Se premiarán aquellas estrategias del año en las que la marca ha replanteado su posición con el hallazgo de una oportunidad cultural, de target, de marca, de competencia, etc, creando un nuevo marco de referencia con vocación de continuidad.

1.3 DISRUPCIÓN

Se premiarán aquellas estrategias de comunicación donde la marca haya sido capaz de alterar radicalmente las reglas de su categoría: una nueva manera de enmarcar la competencia, un cambio en el consumidor, un cambio de enfoque, etc.

1.4 TÁCTICA

Se premiarán aquellas campañas que hayan destacado por haber aprovechado una oportunidad puntual en su mercado, o en el contexto cultural, o en el calendario, sin perder la consistencia de la marca. Para competir en esta categoría la acción táctica debe vincular la oportunidad en concreto con la estrategia de marca.

1.5 INSIGHT

Se premiará la identificación de un nuevo insight o verdad del consumidor que constituye la base de la estrategia. Por insight entendemos la revelación de un conocimiento profundo sobre un comportamiento humano, actitud o creencia que una vez se descubre tiene el poder de generar impacto para una marca.

Ideas

A las 15 categorías existentes, correspondientes a sectores de mercado, se suma la de “Ideas para un mundo más sostenible”. El objetivo de esta categoría es destacar las ideas que trabajen en pro de la sostenibilidad.

2.1. ALIMENTACIÓN

- Alimentos naturales, congelados y preparados, conservas, dietéticos, confitería, snacks y aperitivos, café, té, leche y refrescos lácteos.
- Comida para animales.

2.2 AUTOMÓVILES. VEHÍCULOS

- Vehículos de cualquier gama.
- Servicios, productos y accesorios para automóviles y vehículos en general.

2.3 BANCOS. SERVICIOS FINANCIEROS. SEGUROS

2.4 BEBIDAS

- Bebidas no alcohólicas: refrescos, zumos, agua mineral, bebidas energéticas, cervezas sin alcohol.
- Bebidas alcohólicas: espirituosos, vinos, cervezas, licores, cavas.

2.5 CENTROS EDUCATIVOS. CULTURA. OCIO. JUGUETES. DEPORTE

- Escuelas, universidades, centros docentes de cualquier naturaleza.
- Conciertos, espectáculos, exposiciones, museos, galerías, librerías, festivales.
- Cine, teatro, música, videoclips, discotecas, literatura, parques temáticos.
- Juguetes, juegos de mesa, videojuegos.
- Clubs deportivos, gimnasios, campeonatos, estadios, estaciones de esquí.

2.6 ELECTRÓNICA. INFORMÁTICA. ELECTRODOMÉSTICOS. EQUIPAMIENTO DEL HOGAR Y LA OFICINA

- Smartphones, smartwatches y wearables, ordenadores, tablets, consolas, impresoras, fotocopadoras, etc.
- Frigoríficos, lavadoras, lavavajillas, hornos, televisores, equipos de música, pequeño electrodoméstico, etc.
- Mobiliario del hogar (baño, cocina, dormitorio, jardín, etc.); mobiliario, equipamiento y material de oficina.

Ideas

2.7 GRANDES SUPERFICIES. FRANQUICIAS. PEQUEÑO COMERCIO. COMERCIO ONLINE

- Supermercados, centros comerciales, distribuidores, grandes superficies, outlets.
- Cadenas de comida rápida, empresas de reparto a domicilio.
- Restaurantes, ópticas, peluquerías, salones de belleza, tintorerías, joyerías, etc.
- Webs y apps de comercio online.

2.8 HIGIENE Y BELLEZA. PRODUCTOS PARA EL HOGAR. FARMACIA Y PARAFARMACIA

- Perfumes, desodorantes, maquillaje, cosmética, jabones, champús, productos de afeitado.
- Detergentes, suavizantes, limpiadores, insecticidas, pinturas, productos de droguería, productos de jardinería, etc.
- Medicamentos de venta en farmacia sin receta, vitaminas, suplementos dietéticos, preservativos, test de embarazo, etc.

2.9 LOTERIAS Y APUESTAS. JUEGOS DEL ESTADO

2.10 MEDIOS DE COMUNICACIÓN. PUBLICACIONES. PLATAFORMAS DE STREAMING. REDES SOCIALES. AGENCIAS Y PRODUCTORAS DE PUBLICIDAD

- Canales de televisión, emisoras de radio, periódicos, revistas. Editoriales.
- Websites de información, buscadores, plataformas de streaming, bancos de imágenes, medios digitales.
- Redes sociales.
- Piezas promocionales de empresas del sector de la comunicación (agencias, productoras, estudios de diseño, etc).

2.11 MODA Y COMPLEMENTOS. ACCESORIOS

- Confección, calzado, ropa deportiva, lencería, etc.
- Joyería. Bolsos y maletas.

2.12 OPERADORES DE TELEFONÍA. PROVEEDORES DE SERVICIOS DE INTERNET. CONSULTORÍAS

2.13 SERVICIOS ESENCIALES. CONSTRUCTORAS. INMOBILIARIAS

- Gas, electricidad, agua, compañías petroleras y estaciones de servicio.
- Constructoras e inmobiliarias. Materiales de construcción.
- Empresas funerarias.

Ideas

2.14 SERVICIOS PÚBLICOS SIN ÁNIMO DE LUCRO Y ONG

Mensajes institucionales de ministerios y administraciones públicas, sin ánimo de lucro. ONG. Partidos políticos.

2.15 VIAJES. TURISMO. TRANSPORTE DE PERSONAS Y MERCANCÍAS

- Líneas aéreas, ferrocarril, barcos, metro, autobuses.
- Empresas de correos y mensajerías. Taxis, VTC.
- Agencias de viajes. Hoteles. Cruceros. Campañas de promoción turística.

Categoría especial:

IDEAS PARA UN MUNDO MÁS SOSTENIBLE

Contenido

El apartado reconoce la creatividad y la innovación de aquellos contenidos que, gracias a su relevancia, contribuyen a construir audiencias propias o ganadas en medios y canales existentes, o de creación propia. Pueden tratarse de contenidos audiovisuales (series, películas, programas, cortometrajes, documentales, videojuegos, etc.), editoriales (revistas, cómics, libros, etc.), sonoros (programas de radio, podcasts, canciones, discos, videoclips, etc.), en vivo (espectáculos culturales y/o deportivos en directo, tales como obras de teatro, festivales, exposiciones, exhibiciones, campeonatos, etc.), interactivos o transmedia (acciones y proyectos que conectan con sus audiencias a través de varios puntos de contacto relacionados entre sí).

3.1 ENTRETENER

Su finalidad es divertir, distraer o emocionar a quien lo consuma como una alternativa de entretenimiento.

3.2 INFORMAR

Su finalidad es divulgar conocimiento o información que sea útil y sirva de aprendizaje para quien lo consuma.

3.3 CONCIENCIAR

Su finalidad es educar, sensibilizar o despertar la empatía de quien lo consuma para generar un impacto positivo en la sociedad.

Innovación

En este apartado se valorará la tecnología y la resolución innovadora de problemas para las marcas y la sociedad. También se reconocerán soluciones tecnológicas independientes que incluyen herramientas, productos, modelos, plataformas y otras formas de tecnología aplicadas a la comunicación, así como campañas creativas que utilizan nuevas tecnologías. Las ideas / conceptos previos al desarrollo no son aceptados, excepto en la categoría 4.8 que se aceptan proyectos en estado de prototipo. Los participantes deben estar en condiciones de demostrar completamente la tecnología y la innovación.

TECNOLOGÍA:

4.1 INNOVACIÓN EN LA CREACIÓN TECNOLÓGICA

Se premiará el aspecto innovador de una solución tecnológica creada ad hoc para una marca o campaña creativa. La categoría contemplará, entre otras, tecnologías basadas en datos, plataformas innovadoras, herramientas, modelos, programas, hardware, software, productos y soluciones a medida y formatos como VR, soportes de exterior digitales o convencionales, plataformas televisivas, inteligencia artificial/chat-bot, etc.

4.2 INNOVACIÓN EN EL USO DE UNA TECNOLOGÍA EXISTENTE

FORMATOS Y MEDIOS:

4.3 INNOVACIÓN EN LA CREACIÓN DE UN MEDIO/FORMATO

Se premiará el aspecto innovador en la creación de un medio y/o de un formato nuevo para conectar con una audiencia.

4.4 INNOVACIÓN EN EL USO DE UN MEDIO EXISTENTE

Se premiará el aspecto innovador de una propuesta que avance, enriquezca o mejore la experiencia del consumidor en el uso de un medio y/o unos formatos existentes.

4.5 INNOVACIÓN EN LA CREACIÓN DE UNA ACCIÓN PUNTUAL DESTINADA A GENERAR IMPACTO

Se premiará la innovación de una acción puntual, presencial (evento, instalación, pop up) o digital (webs, acción en redes sociales), cuyo primer objetivo es el de generar impacto en los medios, redes sociales, etc.

Innovación

PRODUCTOS Y SERVICIOS:

4.6 INNOVACIÓN DE PRODUCTO

Pueden ser productos creados por cualquier representante de la industria creativa: clientes, agencias, empresas de producto e innovación, startups, negocios digitales, etc. Para competir en esta categoría, un producto debe haber sido distribuido y/o comercializado en el mercado.

4.7 INNOVACIÓN DE SERVICIO

Pueden ser servicios creados por cualquier representante de la industria creativa: clientes, agencias, empresas de innovación, start ups, negocios digitales, etc. Para competir en esta categoría, un servicio debe haber sido implementado en el mercado.

4.8 PROTOTIPADO (FASE BETA)

Esta categoría corresponde a las ideas que están en fase de desarrollo o proceso de creación, de las que solo una pequeña parte llegará a ser un producto o servicio implementado por alguna marca o empresa. En otros certámenes internacionales le llaman Early stage technology = tecnología de etapa temprana o de maduración.

Craft

En este apartado se evaluarán los aspectos ejecucionales de una pieza, y las categorías del apartado corresponden a las especialidades y técnicas involucradas.

5.1 ANIMACIÓN. MOTION DESIGN

En esta categoría se contemplan todas las técnicas de animación (2D y 3D, motion graphics, stop motion, mappings, cut out, rotoscopia, etc), aplicadas a todos los formatos audiovisuales al servicio de marcas o instituciones: spots TV, branded content, videoclips, TV branding, IDs, instalaciones, píldoras para redes sociales, banners, etc.

5.2 CASTING Y DIRECCIÓN DE ACTORES

Se evaluará la relevancia y la calidad del casting en función de la idea planteada, y la capacidad del (de la) director (a) en sacar el máximo partido de los recursos interpretativos de los actores y actrices al servicio de la idea.

5.3 DIRECCIÓN. REALIZACIÓN

Se evaluará la calidad y la creatividad de la dirección en la pieza audiovisual, analizando la puesta en escena final de la pieza, tanto a nivel técnico como a nivel artístico.

5.4 DIRECCIÓN DE ARTE

Las piezas inscritas en esta categoría, a la hora de ser evaluadas por el jurado, se agruparán según su formato: impreso, audiovisual, digital, experiencial, etc. En cuanto a las piezas audiovisuales también se valorará el diseño de producción, entendido como la estética general de la pieza, tanto por sus decorados como por sus localizaciones naturales, así como la integración del estilismo en los mismos.

5.5 DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA

Se evaluará la calidad y la creatividad de la dirección de fotografía en la pieza audiovisual, teniendo en cuenta la imagen global de la pieza: luz, color y técnica. Así como el formato, el tono y el estilo visual de la pieza en general.

5.6 DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN

En esta categoría se evaluará la combinación y el uso de los recursos al servicio de la producción audiovisual de una idea. También se valorará la superación de los retos que suponía en términos de producción el planteamiento de la idea.

Craft

5.7 DISEÑO GRÁFICO

En esta categoría se contemplan todos los elementos y ramas del diseño gráfico: carteles, diseño editorial, gráfica aplicada a espacios, logotipos e identidad corporativa, papelería, tipografía y lettering, packaging y etiquetas, etc. En caso de posible confusión, especificar en el texto de inscripción de la pieza qué valor específico se somete al criterio del jurado.

5.8 EFECTOS ESPECIALES

En esta categoría se evaluará la calidad y la creatividad en el uso de efectos especiales (físicos, ópticos, mecánicos, digitales, etc.) en el rodaje de una pieza audiovisual, así como todas las técnicas usadas en la postproducción de la pieza.

5.9 FOTOGRAFÍA

Se consideran tanto la creación de fotos originales como el uso de fotografías existentes al servicio de una idea. Trabajos de retoque fotográfico también pueden competir en esta categoría. Lo que se juzgará es la fotografía incorporada en el layout de la pieza (no se pueden inscribir fotos sin su layout).

5.10 ILUSTRACIÓN

Se contemplan todas las técnicas de ilustración: 2D, 3D, collage, grafiti, analógica o digital, etc. Lo que se juzgará es la ilustración incorporada en el layout de la pieza (no se pueden inscribir ilustraciones sin su layout).

5.11 MONTAJE

Se evaluará la calidad y la creatividad del montaje en la pieza audiovisual, analizando el correcto transcurso de la narración (en las piezas de carácter más narrativo), así como el uso de recursos de edición para la mejoría de la pieza.

5.12 REDACCIÓN

En esta categoría entran a competir todos los géneros redaccionales: titulares, bodycopy, namings, claims de marcas, letras de canciones, guiones, locuciones, etc. En cuanto a piezas audiovisuales se valorarán, tanto por la historia que explican como por sus diálogos. Las piezas inscritas en esta categoría, a la hora de ser evaluadas por el jurado, se agruparán según su formato: impreso, audiovisual, digital, etc.

5.13 SONIDO Y MÚSICA

Se evaluará la calidad y la creatividad del audio de una pieza audiovisual, o cuña de radio. La evaluación podrá abarcar desde los efectos de sonido hasta el uso de la música, con temas de creación original o adaptados para la pieza.

Craft

INTERACCIÓN CON EL USUARIO:

5.14 INTERACCIÓN EN ENTORNO DIGITAL

En esta categoría pueden valorarse dos aspectos distintos de las piezas: por un lado, la calidad del diseño interactivo del proyecto y por el otro, la calidad de la experiencia ofrecida al usuario en el entorno digital en la que se desarrolla (customer journey). Estos proyectos pueden corresponder a websites propios, campañas de banners, campañas o acciones en redes sociales.

5.15 INTERACCIÓN EN EVENTOS Y PATROCINIOS

Se evaluará la calidad de la interacción / experiencia ofrecida al usuario en un evento propio organizado fuera de los circuitos habituales de venta, o en una acción de patrocinio creada en un evento organizado por terceros.

5.16 INTERACCIÓN EN RETAIL Y ACTIVACIONES

Se evaluará la calidad de la interacción / experiencia ofrecida al usuario en circuitos de venta, tratándose de un circuito propio o de terceros.

5.17 INTERACCIÓN GENERADA A PARTIR DE DATA

El jurado considerará cómo se presentan o utilizan los datos y la inteligencia artificial para mejorar la interacción / experiencia de la marca. En esta categoría se podrá valorar: el uso creativo de datos / ideas generadas para desarrollar una relación significativa con una audiencia, cultura o comunidad específica; la aplicación creativa de datos contextuales en tiempo real / cercano; incluidos, entre otros, GPS, tiempo, clima, tendencias sociales de RT y datos transaccionales, para brindar una experiencia de una manera creativa y atractiva; la representación visual creativa y presentación de datos y conocimientos digitales; la aplicación creativa de la arquitectura de la información para mejorar la experiencia del usuario de un producto o servicio digital de marcas. Esto puede incluir sofisticados asistentes inteligentes / chatbots con una toma de decisiones avanzada.

**ESTAR EN
UN LIBRO,
MOLA.**

**Inscripciones en clubdecreativos.com
- último día 7/02/2022**

Inscripciones

El periodo de inscripción se abre el 10 de enero de 2022 y se cierra el 07 de febrero de 2022.

PRECIOS

La primera inscripción: 150€.

ESTRATEGIA: 315€ /inscripción

IDEAS: 450€ /inscripción

CONTENIDO: 315€ /inscripción

INNOVACIÓN: 315€ /inscripción

CRAFT: 250€ /inscripción

(IVA (21%) NO INCLUIDO)

Descuentos

Los descuentos estarán activos hasta la fecha de cierre de inscripciones.

Descuentos por volumen según el número de inscripciones en cada pedido tramitado:

Estrategia, Contenido e Innovación

Desde la segunda inscripción: Socios 10%

Ideas y Craft

De 2 a 6 inscripciones: Socios: 10%

De 7 a 11 inscripciones: Socios 15%; No Socios 5%

A partir de 12 inscripciones: Socios 20%; No Socios 10%

Para creativos y creadores free (dados de alta en el régimen de autónomos) una vez aplicada la tarifa especial de 150€ a la primera pieza, las cinco piezas siguientes se beneficiarán de un **descuento del 30%**. Si se inscriben más piezas, a partir de la séptima se aplicarían los descuentos por volumen (los descuentos no son acumulables).

Si una empresa realiza **más de cinco inscripciones**, tiene derecho a **dos entradas para asistir únicamente a la Gala de entrega de los Premios Nacionales de Creatividad** la tarde del 21 de mayo de 2022, que se celebrará en el Kursaal (San Sebastián-Donostia). Si es un trabajador autónomo, o una empresa pequeña el que realiza más de cinco inscripciones, tiene derecho a dos pases completos para todo el evento del Día C 2022. (se considera pequeña empresa la que tiene menos de diez empleados en nómina y se deberá justificar esta condición a la organización).

El pago de las inscripciones se realizará cumplimentando todo el proceso en “Pagar material”, obteniendo el correspondiente pedido y realizando el pago bien con tarjeta de crédito (TPV) o bien mediante transferencia a c/c: ES96 0081/0085/63/0002291139. Titular: Club de Creativos de España (indicando como concepto el nº de pedido y la empresa que realiza las inscripciones).

El inscriptor dispone de un plazo de catorce días naturales, desde que realizó el pago, para solicitar el reembolso de una inscripción (se debe comunicar a través de un email a anuario@clubdecreativos.com).

Presentación de piezas

Para que las inscripciones sean efectivas, se deberá cumplir todo el proceso de inscripción a través de la web: www.clubdecreativos.com/inscripciones/

Cada pieza debe estar inscrita en un apartado y categoría. Una misma pieza puede concurrir en los cinco apartados, ya que en cada uno se juzgan aspectos diferentes. También puede concurrir en más de una categoría de **ESTRATEGIA, IDEAS, CONTENIDO, INNOVACIÓN o CRAFT**.

No se puede incluir en los vídeos, imágenes, pdfs o formularios el nombre de la empresa que ha realizado la pieza (salvo en el caso de autopromociones).

Se presentará, siempre que sea posible, **la pieza tal y como se difundió** (si una pieza está en un idioma diferente al castellano deberá presentar la traducción al castellano, en subtítulos, si es vídeo, o con texto adjunto si es gráfica).

No se podrán inscribir piezas que hayan sido realizadas para cualquier actividad o evento del Club de Creativos.

A los formularios tipo y a la ficha de aprobación se accede desde www.clubdecreativos.com/inscripciones/, y una vez que se está logueado.

Por cada pieza presentada se debe subir a la plataforma:

- Un **breve texto** destacando el valor principal de la pieza. Este texto será sometido a la apreciación del jurado en el momento de evaluar la pieza. Se invita a indicar en este texto cualquier especificación que se considere necesaria.
- La **ficha de aprobación del cliente** correctamente cumplimentada, sellada y/o firmada por el responsable de la aprobación de la pieza por parte del cliente.
- Los **créditos de la pieza** (ficha técnica) debidamente completados.
- Un **thumbnail** de referencia de la pieza.
- El **material/es correspondientes a la categoría de la inscripción** y con las características técnicas según su formato.

Todos ellos son de obligada cumplimentación para que la pieza pueda ser evaluada por el jurado.

Materiales

ESTRATEGIA

Para cualquier inscripción en este apartado se debe rellenar el formulario correspondiente a cada categoría, respondiendo los puntos descritos.

Además, se presentará un único archivo de vídeo que recopile las distintas piezas del proyecto / de la campaña. Si la recopilación supera los 5' se presentará también un audiovisual de no más de 60" (se pedirá autorización a la organización para subir el vídeo corto). En el caso de una campaña exclusivamente gráfica, también se recopilarán las piezas en un vídeo.

IDEAS

En una inscripción se puede presentar o la pieza original o bien un único archivo de vídeo que incluya varias piezas de esa idea (spots, cuñas o gráficas), se recomienda que esta recopilación no dure más de 180". También se pueden inscribir las piezas por separado si se prefiere que el jurado las valore como ideas independientes.

Si la inscripción incluye únicamente imágenes, se podrá adjuntar hasta 7 archivos.

Si no se pueden presentar las piezas originales, se podrá subir un videocase (vídeo explicativo de la acción) de no más de 120". Se recomienda que el vídeo sea lo más conciso posible y que se ciña a la idea presentada, sin extenderse en los resultados o la repercusión de la acción.

Si la inscripción es un formato digital, interactivo o experiencial se aportará un vídeo explicativo de la pieza (máx 120"), proporcionando también una url o app activa en la que se pueda vivir exactamente la interacción ofrecida al usuario.

CONTENIDO

Para cualquier inscripción en este apartado es obligatorio presentar dos materiales. Por un lado, la pieza original en su formato (audiovisual, sonoro, impreso, contenido web) y en su duración original. Y por otro, un vídeo explicativo del caso, de no más de 120". Cuando se trate de un contenido transmedia o que se haya desarrollado en vivo, se presentará un video explicativo como material principal.

INNOVACIÓN

En este apartado, según el formato del proyecto se puede aportar un vídeo explicativo o un pdf de imágenes que presente la acción.

En el caso de las categorías 4.6 y 4.7 (Innovación en producto, Innovación en servicio), se debe presentar el certificado del cliente que demuestre la prueba de la distribución y comercialización y/o la existencia tangible de los servicios presentados (se facilita un formulario tipo).

Materiales

CRAFT

En este apartado una inscripción solo puede incluir una pieza (se juzga el CRAFT de cada ejecución); no se admiten unión de piezas. La misma pieza se puede presentar en varias categorías (subiendo el material en cada una de ellas), a través de sucesivas inscripciones.

Una inscripción debe contener siempre la pieza original, tal y como se difundió. Si se trata de una pieza interactiva o digital, se deberá proporcionar la url o la app activa en la que se pueda vivir exactamente la interacción ofrecida al usuario. No se podrán presentar videocases como material principal de la pieza salvo en los formatos experienciales.

En la categoría de Dirección de producción, se deberá subir el formulario específico en el que se piden las características del proceso de producción. También se presentará la pieza original y la inscripción podrá apoyarse con un material extra: vídeo explicativo, making of o similar.

En la categoría de Diseño gráfico, para una inscripción, se puede presentar o una pieza única, o bien un pdf que incluya los diferentes materiales de ese proyecto. En el caso de presentar un pdf con distintas piezas, se solicita también que se elijan las piezas más relevantes (máximo 3) para que se envíen en formato impreso al c de c.

En las categorías de Interacción con el usuario, es imprescindible proporcionar una url o app activa en la que se pueda vivir exactamente la interacción ofrecida al usuario. Se puede añadir un vídeo explicativo de la pieza de una duración máxima de 180" o un pdf de imágenes.

Formatos

Formatos impresos: Para la plataforma se subirá la imagen en formato jpg o tiff a 300pp para un A4. También se tendrá que enviar al c de c una impresión, tamaño A2 (420x594 mm), sin montar. Si es el mismo original el que concurre a varias categorías se enviará solo un ejemplar impreso del mismo.

Formatos de vídeo: Se subirán a la plataforma los vídeos codificado en H264; preferiblemente en 16:9. La duración dependerá de la categoría.

Formatos de audio: MP3, MPEG4 Audio, WMA / Sonido: 48.000 Khz -16 bit – stereo.

Formatos tridimensionales: Se subirá a la plataforma como material principal un vídeo explicativo o una imagen de referencia (jpg a 300pp tamaño A4) y además se enviará al c de c un ejemplar de la tirada final.

Formatos interactivos, experienciales y digitales: Se debe proporcionar una url o app activa en la que se pueda vivir exactamente la interacción ofrecida al usuario. Si se añade un video explicativo, su duración dependerá del apartado al que se presenta la pieza.

Envíos y consultas

Los formatos impresos y tridimensionales se deberán enviar, debidamente identificados con el COD. de la inscripción, a la sede del Club de Creativos: calle Cervantes, 3-local. 28014 Madrid.

Se puede realizar cualquier consulta de las bases o materiales a presentar bien por email: anuario@clubdecreativos.com o bien al teléfono 915915478.

c de c

c de c madrid

Cervantes, 3

28014 Madrid Tel: 91 591 54 78

c de c barcelona

Badajoz, 127 Nave 3 y 4

08018 Barcelona

hola@clubdecreativos.com