

BEST!N FOOD

Condiciones Generales

2021

Apertura de inscripciones: 1 de febrero
Cierre de inscripciones: 26 de marzo
Reunión del jurado: 29 de abril. Barcelona
Exposición The Alimentaria Hub: 17-20 de mayo 2021
Gala BEST!N FOOD 2021: 19 mayo .Barcelona

CONTENIDO

QUÉ SON LOS BEST!N FOOD	3
COMITÉ ORGANIZADOR 2021	3
CONDICIONES GENERALES	3
THE ALIMENTARIA HUB- EXPOSICIÓN BEST!N FOOD	4
PRECIOS	5
PREMIOS QUE SE OTORGAN	6
SECCIONES	7
BEST SHOPPER MARKETING	7
ACTIVATION	7
DISPLAY - PLV	7
BEST BRANDED CONTENT	9
BEST DIGITAL	10
DIGITAL ADVERTISING	10
DIGITAL CONTENT	10
CREATIVE DATA	11
BEST GRÁFICA	12
BEST BRAND EXPERIENCE	13
DIRECT MARKETING	13
EVENTS	13
BEST PR	15
BEST FILM	16
BEST BRANDING	17
PACKAGING	17
CORPORATE IDENTITY	18
BEST MEDIA	19
BEST INTEGRATED	20
SECCIONES ESPECIALES	21
BEST SUSTAINABILITY	21
BEST CEO	21
PREMIOS ESPECIALES	22
CONTACTO	23

QUÉ SON LOS BEST AWARDS

Los BEST!N FOOD son los premios de Marketing Alimentario organizados por **IPMARK y D/A RETAIL**, en colaboración con **ALIMENTARIA**, la feria de alimentación de referencia en Europa y una de las más importantes a nivel mundial.

Es el único certamen que expone la totalidad de las piezas presentadas en cada una de las secciones en la Feria Alimentaria. Todas las piezas de este certamen, se expondrán en Alimentaria 2022.

COMITÉ ORGANIZADOR 2021

Presidente

D. José Luis Bonet, Presidente de ALIMENTARIA Y FREIXENET

Miembros

- Jacques Reber, Director General de Nestlé España
- Paolo Tafuri, Director General de Danone
- Juan Elizalde, Directora General de Coca Cola España
- Paulo Soares, Director General Sur Europa y EE.UU de Campofrio
- Fabrice Ducceschi, Director General de Adams Foods
- Xavi Pons, Director General de Idilia Foods
- Jorge Villavecchia, Director General de Damm
- Josep Arcas, Director General de Gallina Blanca
- Antonio Valls, Director General de Alimentaria
- José Armando Tellado, Director General de CAPSA
- Jaime De Haro, Director General de IPMARK Y D/A Retail

Todos ellos en representación de las empresas que han recibido el Premio Especial a la trayectoria de marketing en las ediciones anteriores.

CONDICIONES GENERALES

Serán admitidos todos aquellos **trabajos del sector alimentación y bebidas** realizados entre el 1 de abril de 2018 y 31 de marzo de 2021 y que no se hayan presentado en ediciones anteriores de los Best Awards. El producto debe pertenecer al sector agroalimentario, y haber sido lanzado en **cualquier mercado del mundo**. También pueden participar trabajos relacionados con **establecimientos** donde se sirvan o vendan productos agroalimentarios como Supermercados, Restaurantes, Hoteles, Tiendas de conveniencia, etc. Las **campañas institucionales** relacionadas con la alimentación también tendrán cabida en el festival.

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 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!N FOOD 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 BEST!N FOOD.

Los organizadores no son responsables de reclamaciones eventuales provenientes de tales presentaciones.

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!N FOOD utilizando el logo de la edición 2021.

En el caso de que una misma pieza sea inscrita por el anunciante y la agencia, éstos 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. La organización se reserva la posibilidad de retirar 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 de cada sección no contenga un número mínimo de inscripciones, la organización podrá agruparla en otra de las categorías.

Cada trabajo o pieza constituirá UNA inscripción por cada sección en la que se inscriba.

Las inscripciones relativas a una misma campaña en las secciones Film y Gráfica serán presentadas admitidas con un máximo de 3 piezas por campaña y se juzgarán conjuntamente. El precio de la inscripción de campaña o pieza individual será el mismo.

Las inscripciones se realizarán exclusivamente por Internet a través de la herramienta Koolfest en la web www.bestawards.marketing En cada ficha de inscripción deberá escribirse, una sinopsis informativa que figurará en la exposición de los premios y que ayude al jurado a entender bien el planteamiento de la acción llevada a cabo. Se recomienda subir un video explicativo en aquellas campañas que puedan ayudar a decidir al jurado en su labor de valoración. La organización se reserva el derecho a decidir el modo de presentación de las piezas en la entrega de premios, la exposición en la zona BEST!N FOOD de Alimentatia Hub y la comunicación de ganadores a medios de comunicación.

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!N FOOD, así como el pago de dichas inscripciones.

Los participantes que resulten premiados autorizan expresamente a la Organización a difundir sus nombres, imágenes, datos personales y material inscrito en los medios y formas que consideren conveniente, sin derecho a percibir por esto compensación alguna.

Todo el material inscrito queda en poder de la organización y será incorporado a su archivo pudiendo ser utilizado con fines de promoción y difusión de los BEST!N FOOD. Cada participante al inscribir el material, automáticamente autoriza a la Organización a la realización de presentaciones de premios y su difusión por cualquier medio de comunicación nacional o internacional físico o digital.

La inscripción de trabajos en los BEST!N FOOD implica la aceptación de su reglamento y la autoridad de sus organizadores.

Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por la organización y su decisión será inapelable.

Todas las piezas presentadas a concurso serán expuestas en Alimentaria 2021.

THE ALIMENTARIA HUB- EXPOSICIÓN BEST!N FOOD

Todas las piezas presentadas en 2019, 2020 y 2021 estarán expuestas dentro del espacio **The Alimentaria Hub**.

The Alimentaria Hub es el centro neurálgico de la feria. Un gran espacio lleno de conocimiento, tendencias, innovación y negocio para la industria, la distribución y el retail.

Aquí tienen lugar más de 11.000 reuniones empresariales con compradores internacionales, además de congresos, seminarios, conferencias, y presentaciones de estudios en los que participan más de 200 ponentes.

El espacio The Alimentaria Hub ofrece también exposiciones, entregas de premios, áreas de networking y un servicio de asesoramiento para exportar, así como una zona para que profesionales e inversores descubran start-ups con proyectos pensados para revolucionar la alimentación y la gastronomía desde la tecnología. Un espacio clave para los operadores de la cadena agroalimentaria en busca de oportunidades de negocio.

PRECIOS

Se cobrará una única vez por compañía (CIF) una **cuota administrativa de 139 € más 21% IVA** que cubre los gastos de gestión, da derecho a **una** entrada para la gala de entrega de premios y posterior fiesta el 19 de mayo de 2021, y una entrada de Best!N Food Marketing Summit.

SECCIÓN	1ª INSC.	2ª INSC	3ª INSC	ENVÍO PIEZA FÍSICA
BEST SHOPPER MARKETING	350 €	290 €	275 €	NO
BEST BRANDED CONTENT	365 €	325 €	275 €	NO
BEST DIGITAL	350 €	290 €	275 €	NO
BEST GRÁFICA	350 €	290 €	275 €	NO
BEST BRAND EXPERIENCE	350 €	310 €	275 €	NO
BEST PR	350 €	310 €	275 €	NO
BEST FILM	365 €	325 €	275 €	NO
BEST BRANDING	365 €	325 €	290 €	2 uds.
BEST MEDIA	350 €	290 €	275 €	NO
BEST INTEGRATED	450 €	400 €	350 €	NO
Secciones Especiales				
BEST SUSTAINABILITY	125 €	125 €	125 €	NO
BEST CEO	-	-	-	NO

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

Tarifa plana: existe una tarifa para inscribir hasta 25 piezas a los premios BEST!N FOOD, el coste es de 2.650€ más 25€ por pieza inscrita, más la cuota administrativa. Esta tarifa es válida para un único CIF.

Sin el envío de las **piezas físicas**, en las secciones de Best Branding (Packaging y Corporate Identity) no se considerará finalizado el proceso de inscripción online.

El pago deberá efectuarse mediante:

- **Transferencia bancaria** a nombre de Ediciones y Estudios, S.L. a la cuenta del Banco Bankinter:
IBAN ES36 0128 0035 6501 0050 0036
SWIF BKBKESMM

Referencia: BA21 seguido del número de inscripción (ID.) de la/s pieza/s.

- **Tarjeta bancaria** a través del sistema de inscripción.

No se admiten devoluciones una vez finalizado el proceso de inscripción.

PREMIOS QUE SE OTORGAN

Los BEST!N FOOD ponen de relieve a los mejores trabajos de marketing alimentario otorgando premios **Oro, Plata y Bronce**, en cada categoría de cada sección. Se da la opción al jurado de reconocer con un **Gran Premio** por sección del concurso a la pieza que por sus especiales características sea merecedora de este reconocimiento. En la sección especial Best Sustainability, los premios serán únicamente Oro, Plata y Bronce, sin opción de Gran Premio. En la sección especial Best CEO, habrá un ganador, y dos finalistas.

Se otorgará un premio a la agencia **“BEST!N FOOD Great Agency”** y otro al anunciante **“BEST!N FOOD Great Advertiser”**, a las compañías que mayor puntuación hayan obtenido según el número de premios conseguidos:

Gran Premio	3 puntos
Oro	7 puntos
Plata	5 puntos
Bronce	3 puntos
Lista Corta	1 punto

En caso de empate se dará a la compañía con mayor número de Grandes Premios, Oros, Platas, o Bronces. Con ello queremos destacar la excelencia del trabajo realizado por las agencias y anunciantes que aportan innovación, creatividad y nuevas propuestas que marcan tendencia.

Así mismo, se reconocerá al mejor Director creativo **“Best Creative Director”** por parte de las agencias y al mejor Gestor de Marca **“Best Brand Manager”** por parte del anunciante. Para ser elegible en estos premios debe rellenarse la información correspondiente en la ficha de inscripción de cada pieza, y la valoración se hará con el mismo criterio y puntuación descrito en el párrafo anterior. La persona que debe figurar debe ser el responsable creativo principal por parte de la agencia, y el responsable de la gestión de la marca del anunciante de la pieza presentada. Sólo podrá figurar un profesional en cada caso por pieza presentada. En caso de empate el festival se reserva el derecho de otorgar a dos profesionales el mismo premio.

Los participantes galardonados tendrán derecho a realizar publicidad de los premios obtenidos en los BEST!N FOOD utilizando el logo correspondiente a la edición en la que han sido premiados.

Se entregará trofeo y diploma para los Oros, y diploma para Plata y Bronce.

El jurado no está obligado a otorgar premio en cada categoría, pudiendo dejar desiertas aquellas que considere no han recibido inscripciones con la calidad suficiente para recibir premio.

SECCIONES

BEST SHOPPER MARKETING

ACTIVATION

DEFINICIÓN

Mejor acción de activación comercial: Estrategia o campaña de Shopper Marketing basada en una campaña promocional y/o de activación, con acciones enfocadas a generar incremento de ventas en el punto de venta. La acción puede haber transcurrido en algún momento fuera, pero obligatoriamente debe tener una continuidad dentro del mismo. Se valorará la capacidad de atraer tráfico de clientes, generar la atención dentro del punto de venta y como objetivo final incrementar la compra y/o el conocimiento de la marca o producto. Se premiarán aquellas piezas que de manera creativa hayan provocado la conexión con el consumidor.

Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Adecuación de la acción en el punto de venta: 25%
- Resultados: 25%

CATEGORÍAS

1. Existirá una única categoría que en la que se podrán presentar trabajos realizados para BEBIDAS ALCOHÓLICAS, NO ALCOHÓLICAS, ALIMENTACIÓN CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y GENÉRICAS Y RETAIL de productos y servicios relacionados con la industria de alimentación y bebidas.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un **video explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- Material adicional: Una **imagen JPG o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.

DISPLAY - PLV

DEFINICIÓN

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

Criterios de valoración

- Creatividad: 75%
- Integración en el punto de venta: 25%

CATEGORÍAS

1. Existirá una única categoría que en la que se podrán presentar trabajos realizados para BEBIDAS ALCOHÓLICAS, NO ALCOHÓLICAS, ALIMENTACIÓN CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y GENÉRICAS Y RETAIL de productos y servicios relacionados con la industria de alimentación y bebidas.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Una **imagen JPG o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.
- Material adicional: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.

DEFINICIÓN

Creación o integración natural de contenido original de una marca cuyo propósito es la transmisión de mensajes de marketing que refuercen los valores de ésta y que conecten de manera original informando o entreteniéndolo 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.

Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Fluidez. (Capacidad de atraer y no interrumpir): 30%
- Resultados: 20%

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.

DIGITAL ADVERTISING

DEFINICIÓN

Web – Mobile sites, Display Advertising, Mobile Advertising, formatos enriquecidos, redes sociales, SEM, Email Marketing, Gamificación, aplicaciones.

Criterios de valoración

- Creatividad/Innovación: 50%
- Experiencia de usuario UX: 25%
- Ejecución: 25%

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Una URL que dirija hacia la creatividad, o explicación de la acción.
- Material adicional: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.

DIGITAL CONTENT

DEFINICIÓN

Video, Contenido generado por el usuario, campañas con Influencers, voice marketing.

Criterios de valoración

- Creatividad/Innovación: 50%
- Experiencia de usuario UX: 25%
- Ejecución: 25%

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Una URL que dirija hacia la creatividad, o explicación de la acción.
- Material adicional: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.

CREATIVE DATA

DEFINICIÓN

Desarrollo de conceptos, estrategia y la planificación que permiten a las marcas involucrar a los consumidores, utilizando técnicas basadas en el dato, y la tecnología. El uso creativo de la data debe estar en el centro de la idea y el impacto debe ser claramente influido por la data, y demostrar como la ejecución ha mejorado por el uso, la interpretación o el análisis creativo de la data.

Criterios de valoración

- Creatividad/Innovación: 50%
- Experiencia de usuario UX: 25%
- Ejecución: 25%

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Una URL que dirija hacia la creatividad, o explicación de la acción.
- Material adicional: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.

DEFINICIÓN

Piezas publicitarias elaboradas para su publicación en prensa, revistas, dominicales, medio exterior incluido digital, infografía, decoración de vehículos, rotulación.

Criterios de valoración

- Creatividad 75%
- Adecuación mensaje al público objetivo 25%

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Una **imagen JPG o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales. (Máximo 3 piezas en campaña).
- Material adicional: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.

BEST BRAND EXPERIENCE

Cualquier acción de difusión que haya sido creado para obtener una respuesta inmediata o acción específica y directa en el comportamiento del público objetivo, pero siempre fuera del punto de venta. Para las acciones realizadas en el punto de venta puede consultar la sección Best Shopper Marketing. Se premiarán aquellas piezas que de manera creativa hayan provocado la conexión con el consumidor y el incremento de la afinidad con la marca, optimizando los puntos de contacto directo con éste.

DIRECT MARKETING

DEFINICIÓN

Acciones promocionales, muestras (sampling), couponing, marketing directo, etc.

Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Conexión con el consumidor: 25%
- Ejecución: 25%

CATEGORÍAS

1. Existirá una única categoría que en la que se podrán presentar trabajos realizados para BEBIDAS ALCOHÓLICAS, NO ALCOHÓLICAS, ALIMENTACIÓN CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y GENÉRICAS Y RETAIL de productos y servicios relacionados con la industria de alimentación y bebidas.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del contenido.
- Material adicional: Una **imagen JPG o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.

EVENTS

DEFINICIÓN

Patrocinio, eventos, presencia ferial, convención, congreso, celebración, incentivo, fidelización, street marketing, Road Shows, etc.

Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Conexión con el consumidor: 25%
- Ejecución: 25%

CATEGORÍAS

1. Existirá una única categoría que en la que se podrán presentar trabajos realizados para BEBIDAS ALCOHÓLICAS, NO ALCOHÓLICAS, ALIMENTACIÓN CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y GENÉRICAS Y RETAIL de productos y servicios relacionados con la industria de alimentación y bebidas.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y el desarrollo del
- Material adicional: Una **imagen JPG o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.

DEFINICIÓN

Todos aquellos trabajos de Relaciones Públicas llevadas a cabo por marcas con medios de comunicación e influencers, que no hayan tenido una contraprestación económica entre la marca y el medio, que consigan impactar con la comunicación entre la marca y los consumidores de manera creativa.

Se incluyen acciones de comunicación corporativa, comunicación crisis comunicación interna, responsabilidad social empresarial, comunicación digital y eventos de Relaciones públicas. Se valorará la creatividad y originalidad en la propuesta. El jurado tendrá también en cuenta en la valoración el resultado del alcance de la acción para lo que es necesario explicar y cuantificar el impacto conseguido.

Criterios de valoración

- Creatividad: 60%
- Resultados. (Capacidad de movilización mediática): 40%

CATEGORÍAS

1. Existirá una única categoría que en la que se podrán presentar trabajos realizados para BEBIDAS ALCOHÓLICAS, NO ALCOHÓLICAS, ALIMENTACIÓN CAMPAÑAS INSTITUCIONALES Y GENÉRICAS Y RETAIL de productos y servicios relacionados con la industria de alimentación y bebidas.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un **video explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y las distintas acciones llevadas a cabo.
- Material adicional: Una **imagen JPG o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.

DEFINICIÓN

Películas publicitarias audiovisuales ideadas para su difusión en televisión, cine o medios interactivos con una duración máxima de 120 segundos.

Criterios de valoración

- Creatividad: 75%
- Producción audiovisual: 25%

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un **vídeo 16:9 de 120 segundo** máximo mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y las distintas acciones llevadas a cabo. (Máximo 3 piezas en campaña).

PACKAGING

DEFINICIÓN

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

Criterios de valoración

- Creatividad e innovación 25%: Se juzgarán las piezas por la calidad de la innovación, originalidad, y creatividad del diseño, y cómo se adapta la imagen gráfica y la estructura del pack a la personalidad y características de la marca y/o el producto
- Conexión emocional 25%: El jurado puntúa el atractivo del pack de manera global, como ha sido su respuesta emocional al verlo y si creen que provocará una respuesta positiva en su público objetivo.
- Calidad de Diseño 25%: El jurado valorará la excelencia en el diseño estructural y gráfico, considerando aspectos como la tipografía, dirección de arte, logo, naming, uso del color, y aspectos estructurales como la forma, figura, perfil y silueta.
- Atracción 25%: Cómo el Packaging consigue destacar dentro del lineal o zona de exposición para provocar la atención, y elección del consumidor en el punto de venta.

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 listo 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

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Dos **piezas físicas**. Un **PDF** con imágenes de **varios ángulos** y **1 con el pack** en el lineal si corresponde.
- Material adicional: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación y la estrategia.

CORPORATE IDENTITY

DEFINICIÓN

Son susceptibles de entrar en esta sección 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.

Criterios de valoración

- Creatividad e innovación 25%: Se juzgarán las piezas por la calidad de la innovación, originalidad, y creatividad del diseño, y cómo se adapta la imagen gráfica a la personalidad y características de la marca y/o el producto
- Conexión emocional 25%: El jurado puntúa el atractivo de la identidad corporativa de manera global, como ha sido su respuesta emocional al verlo y si creen que provocará una respuesta positiva en su público objetivo.
- Calidad de Diseño 25%: El jurado valorará la excelencia en el diseño gráfico, considerando aspectos como la tipografía, dirección de arte, logo, naming, y uso del color.
- Atracción 25%: Cómo la identidad corporativa consigue destacar dentro del entorno o zona de exposición para provocar la atención del consumidor.

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

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Dos **piezas físicas**. Un **PDF** del book de identidad corporativa.
- Material adicional: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación y la estrategia.

DEFINICIÓN

Se reconocerá la creatividad y la conexión con el público objetivo en el uso de los medios de comunicación pagados. Utilizando ideas originales, creativas y que impacten en la planificación de los mensajes publicitarios, y que consigan redefinir la comunicación entre la marca y los consumidores de manera creativa.

Criterios de valoración

- Creatividad en el uso de los medios: 60%
- Conexión del mensaje con el público objetivo: 40%

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 e los que se sirva comida y bebida. Campañas institucionales y genéricas.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y las distintas acciones llevadas a cabo.
- Material adicional: Una **imagen JPG o PDF**.

DEFINICIÓN

Esta sección pretende recoger aquellas campañas que utilicen más de una disciplina integrando el desarrollo por distintas disciplinas 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. Estará formado por el conjunto de acciones y de soportes, integrados de manera coherente, con el objetivo estratégico de añadir valor a la marca ante el público objetivo.

Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Ejecución: 25%
- Resultados: 25%

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

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza de donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y las distintas acciones llevadas a cabo.
- Material adicional: Una **imagen JPG o PDF con material explicativo de la acción**.

SECCIONES ESPECIALES

BEST SUSTAINABILITY

DEFINICIÓN

Son elegibles cualquiera de las piezas presentadas que, en su ejecución, cumplan con alguno de los siguientes criterios:

- Packaging, campañas y estrategias que destaquen los valores sostenibles de la marca, aportando valor al consumidor y al medioambiente e integradas de manera coherente a fin de enlazar los valores de la organización con un comportamiento sostenible y respetuoso con la diversidad.
- Acciones de desperdicio cero.
- Que posicionen a la marca como agente de transformación social o que denoten un claro compromiso con el medio ambiente.
- Que trasciendan el propósito de marca utilizando la creatividad publicitaria para generar un cambio en la cultura e impactar en la sociedad.

Se otorgará un premio Oro, Plata y Bronce a las tres piezas que el jurado considere merecedoras otorgará un premio Oro, Plata y Bronce a las tres piezas que el jurado considere merecedoras, no existiendo posibilidad de otorgar Gran Premio.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 5 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza.
- Material adicional: Una **imagen JPG o PDF con material explicativo de la acción**.

BEST CEO

DEFINICIÓN

Se elegirá al presidente, consejero delegado o director general que haya destacado por su labor de promoción y reconocimiento de las mejores prácticas de marketing (y de los equipos que las llevan a cabo) como una contribución decisiva a la generación de valor y crecimiento de la compañía. Se valorarán los siguientes aspectos:

- Considera al departamento de marketing no como una “fuente de gastos”, sino como una pieza clave para la buena salud financiera y reputacional de la compañía, situándolo en el centro de su estrategia empresarial.
- Impulsa el crecimiento y desarrollo de la compañía dedicando al marketing una inversión sustancial.
- Involucra directamente al equipo de marketing en la consecución de los objetivos empresariales.
- Promueve acciones de marketing disruptivas, asumiendo el riesgo de que “no siempre se acierta a la primera”.
- Implementa políticas empresariales apoyadas en la aportación de valor del marketing al modelo de negocio de la compañía.

Las candidaturas a Best CEO pueden ser presentadas por cualquier compañía alimentaria sin coste alguno de inscripción.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se hará llegar a través del sistema de inscripción <https://bestinfood.es/>

- Material obligatorio: Un documento PDF explicando por qué el Director General de la compañía, da un valor especial a marketing, considerándolo como fundamental e impulsa el crecimiento de la compañía dedicando al marketing una inversión sustancial. Una imagen JPG del presidente, consejero delegado o Director general de la compañía.

PREMIOS ESPECIALES

- Best Agency. Según premios obtenidos en el palmarés.
- Best Advertiser. Según premios obtenidos en el palmarés.
- Best Creative Director: Según premios obtenidos en el palmarés.
- Best Brand Manager: Según premios obtenidos en el palmarés.
- Excelencia en Marketing a la trayectoria de una marca. Otorgado por el comité organizador.

MATERIAL EXTRA PARA TODAS LAS SECCIONES

Si quiere aportar algún material extra no contemplado en las especificaciones técnicas de cada sección y que no se pueda subir a través de la herramienta online puede usar la opción “url opcional” que encontrará en todas las secciones. El jurado podrá valorarlo, si lo considera oportuno, ya que está fuera de las especificaciones técnicas que se piden en cada sección.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS URL OPCIONAL

Debe comenzar con “http: //” y deben ser accesibles sin un nombre de usuario o contraseña. Por favor, asegúrese de que su URL permanece con acceso hasta el 22 de abril de 2020, y no contiene ninguna referencia a la agencia que ha realizado la pieza.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS GENERALES

VÍDEO

TIPO	RESOLUCIÓN	FORMATO
16:9	1920 x 1080 1280 x 720 1024 x 576	MP4

IMAGEN

TIPO	RESOLUCIÓN
JPG o PDF	300 ppp

ENVÍO PIEZAS FÍSICAS BRANDING

La entrega de los materiales físicos, ya sea el propio pack o un soporte rígido explicando la pieza presentada, deberá realizarse obligatoriamente antes del 26 de marzo en la Secretaría Técnica (c/ Manuel Tovar, 3. Entreplanta, 28034, Madrid). **No se aceptarán materiales pasada esa fecha.**

Si no pega a la caja en un lugar visible la etiqueta que le da el sistema de inscripción online por cada pieza inscrita, no será válida la inscripción y no se expondrá en la reunión del jurado ni en el espacio The Alimentaria Hub.

Todas las piezas son desechadas después del evento, en caso de querer recuperarlas deberá comunicarlo por escrito a info@bestawards.es antes de realizar el envío.

CONTACTO

SECRETARÍA TÉCNICA BEST AWARDS
EDICIONES Y ESTUDIOS, S.L. / ATT. CRISTINA GARCÍA
C/ Manuel Tovar, 3. Entreplanta. 28034 Madrid