

# Best!n Food

ENTREGA DE PREMIOS

**MARZO**

**20**

MARKETING DAY

**ABRIL**

**17**

---

**CIERRE INSCRIPCIONES**

09/ Febrero

**REUNIÓN DE JURADO**

29/ Febrero

**ENTREGA DE PREMIOS**

20/Marzo

## ÍNDICE

<b>¿QUÉ SON LOS BEST!N FOOD?</b>	3
<b>COMITÉ TÉCNICO Y COMITÉ ORGANIZADOR</b>	3
<b>CONDICIONES GENERALES</b>	4
<b>PRECIOS</b>	7
<b>PREMIOS QUE SE OTORGAN</b>	8
<b>SECCIONES</b>	9
BEST SHOPPER MARKETING	9
BEST BRANDED CONTENT	10
BEST DIGITAL	11
BEST INFLUENCER MARKETING	12
BEST GRÁFICA	13
BEST BRAND EXPERIENCE & EVENTS	14
BEST ACTIVATION	15
BEST PR	16
BEST FILM	17
BEST PACKAGING	18
BEST CORPORATE INDENTITY	20
BEST MEDIA	21
BEST INTEGRATED STRATEGY	22
BEST ESG	23
BEST CEO	24
<b>PREMIOS ESPECIALES</b>	25
<b>MATERIAL EXTRA PARA TODAS LAS SECCIONES</b>	25
<b>CONTACTO</b>	26

## ¿QUÉ SON LOS BEST!N FOOD?

Los BEST!N FOOD son los premios de Marketing Alimentario organizados por BEST AWARDS.

BEST!N FOOD tiene como objetivo destacar y premiar los mejores trabajos de los departamentos de marketing y sus agencias, y reunir a los profesionales de marketing del sector alimentario para generar networking, debate y atender los retos a los que se enfrentan en su día a día, poniendo en valor el trabajo de los profesionales del marketing y su importancia dentro de las compañías para las que trabajan. Todas las piezas de este certamen, se expondrán en Alimentaria 2024, del 18 al 21 de marzo en Barcelona.

## COMITÉ TÉCNICO BEST AWARDS

El comité técnico de Best Awards está formado por profesionales de la creatividad que ayudan a la organización a establecer las categorías y criterios de valoración de las piezas presentadas en todos los premios. (BEST!N FOOD, BEST!N BEAUTY&CARE, BEST!N AUTO, BEST!N TRAVEL)

- Carlos Jorge, Director creativo ejecutivo de Contrapunto BBDO
- Chema Cuesta, Creative Area Manager de Popin
- Jaime Azurmendi, Director creativo de Cheil Spain
- Jonathan Juliá, Chief Creative Officer de Agencia Tango
- María García Campos, Digital Creative Director de Lola Mullenlowe
- Susana Perez, Directora creativa ejecutiva de Proximity

## COMITÉ ORGANIZADOR BEST!N FOOD

El comité organizador tiene la misión de velar por la excelencia en la ejecución de los premios y el marketing day, proponiendo temas de discusión, debate y tendencias que se verán reflejados en el programa. Tienen la potestad de elegir el reconocimiento a la excelencia en marketing a la trayectoria de una marca. Todos ellos lo hacen en representación de las empresas que han recibido éste reconocimiento a la trayectoria en las ediciones anteriores, y los organizadores de Best!n Food.

- Miguel Company, Branding & Communications Expert de Nestlé
- Albert Batlle, Integrated Content & Media Director de Danone
- Sara Blazquez, Directora de Comunicación de Coca Cola
- Javier Dueñas, CEO Campofrío España, Campofrío
- Jaume Alemany, Director de Marketing de DAMM
- Javier Coromina, Director de Comunicación de Nupa
- María Santaolaya, Director de Marketing de Idilia Food
- Mariela Andreotti, Media Digital & Communication Mgr Spain de Gallina Blanca
- Santiago Miguélez Arrizado, Director de Marketing, Hijos de Rivera
- Dolors Roca, Director de Marketing y Comercial de Casa Tarradellas
- Antonio Valls, Director General de Alimentaria Exhibitions
- Jaime De Haro, Editor de IPMARK Y D/A Retail

## CONDICIONES GENERALES

Serán admitidos todos aquellos **trabajos del sector alimentación y bebidas** realizados entre el 1 de enero de 2023 y el 29 de febrero de 2024 y que no se hayan presentado en ediciones anteriores de los Best!n Food. 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, o servicios de entrega a domicilio de alimentos. 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 2024.

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 <https://bestinfood.koolfest.com/> En cada ficha de inscripción deberá escribirse, una sinopsis informativa que figuran 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 y la comunicación de los ganadores a medios de comunicación.

Las inscripciones no se consideran completamente formalizadas hasta que se reciben los materiales, a través de la herramienta online o en las oficinas de la Secretaría Técnica de BEST!N FOOD en el caso de las categorías de la sección Branding, 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 materiales inscritos 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.



## PRECIOS

Se cobrará una única vez por compañía (CIF) **una cuota administrativa de 159 € más 21% IVA** que cubre los gastos de gestión, da derecho a una entrada para la entrega de premios el 20 de marzo en el Hotel Hyatt Tower de Barcelona, y para el Marketing Summit el 17 de abril de 2024 en La Antigua Fábrica de Damm en C/ Roselló 355, Barcelona.

SECCIÓN	1ª INSC.	2ª INSC	3ª INSC	ENVÍO PIEZA FÍSICA
BEST SHOPPER MARKETING	395 €	355€	295€	NO
BEST BRANDED CONTENT	395 €	355€	295€	NO
BEST DIGITAL	395 €	355€	295€	NO
BEST INFLUENCER MK	395 €	355€	295€	NO
BEST BRAND EXPERIENCE & EVENTS	395 €	355€	295€	NO
BEST ACTIVATION	395 €	355€	295€	NO
BEST FILM	395 €	355€	295€	NO
BEST PR	395 €	355€	295€	NO
BEST GRÁFICA	395 €	355€	295€	NO
BEST MEDIA	395 €	355€	295€	NO
BEST ESG	395 €	355€	295€	NO
BEST INTEGRATED STRATEGY	475 €	425 €	375 €	NO
BEST CORPORATE IDENTITY	395 €	355€	295€	2 Uds
BEST PACKAGING	395 €	355€	295€	2 Uds.
BEST CEO	Sin coste			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 **2920€** 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:

- **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: BA24 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 dos Grandes Premios uno para los trabajos presentados en las secciones Packaging y Corporate Identity y otro para los trabajos presentados en el resto de secciones salvo Best Ceo, en cuya sección habrá un único ganador. El jurado de los BEST!N FOOD votará de manera secreta el trabajo entre los premiados oro de todas las secciones, desvelándose ambos durante la entrega de premios.

Se otorgará un premio a la agencia “Best Agency” y otro al anunciante “Best 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**

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.

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 para los Oros, Platas y Bronces.

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.

En el caso de que los créditos estén repartidos entre dos o más agencias, los puntos se repartirán proporcionalmente.



## SECCIONES

### BEST SHOPPER MARKETING

---

#### *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. Pueden inscribirse estrategias completas o acciones individuales, incluso material PLV.

#### Criterios de valoración

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

#### *CATEGORÍAS*

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
  - BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 

#### *ESPECIFICACIONES TÉCNICAS*

---

Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 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 o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.

## BEST BRANDED CONTENT

---

### 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 y entreteniendo 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

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
  - BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 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 DIGITAL

---

### DEFINICIÓN

---

Campañas de comunicación basadas en el medio digital, móvil y la tecnología e innovación, con la finalidad de impactar de forma positiva en la experiencia del público objetivo. Se considerarán piezas de Web – Mobile sites, Display Advertising, Mobile Advertising, formatos enriquecidos, redes sociales, SEM, Email Marketing, Gamificación, aplicaciones, video, contenido generado por el usuario, voice marketing. Desarrollo de conceptos, estrategia y planificación que permiten a las marcas involucrar a los consumidores, utilizando técnicas basadas en el dato y la tecnología. Además, podrán participar las piezas que incluyan inteligencia artificial, realidad aumentada, metaverso, real time. O acciones interactivas en el medio exterior

### Criterios de valoración

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

---

### CATEGORÍAS

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
- BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

---

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 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 **URL** que dirija hacia la creatividad, o explicación de la acción.

## BEST INFLUENCER MARKETING

---

### DEFINICIÓN

---

Acciones de comunicación cuya estrategia, ejecución y uso de influencers, se haya basado en originalidad y generado mayor impacto en la comunidad y target de la marca.

### Criterios de valoración

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

### CATEGORÍAS

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
  - BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 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 **URL** que dirija hacia la creatividad, o explicación de la acción.

## BEST GRÁFICA

---

### DEFINICIÓN

---

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

### Criterios de valoración

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

### CATEGORÍAS

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
  - BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

- Material obligatorio: Una **imagen 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 & EVENTS

---

### DEFINICIÓN

---

Cualquier acción de difusión que haya sido creada 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 ésta. Cualquier acción que haya sido creada con la finalidad de ofrecer experiencias al público objetivo, como presencia ferial, convención, congreso, celebración, incentivo y fidelización.

### Criterios de valoración

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

### CATEGORÍAS

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
- BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 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 o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.

## BEST ACTIVATION

---

### DEFINICIÓN

---

Podrán inscribirse todos los trabajos como secciones promocionales, muestras (sampling), couponing, marketing directo, patrocinio, Street marketing y Road Shows.

### Criterios de valoración

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

### CATEGORÍAS

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
  - BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 

- *ESPECIFICACIONES TÉCNICAS*

---

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 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 o PDF**, que expliquen y muestren los trabajos realizados

## BEST PR

---

### DEFINICIÓN

---

Todos aquellos trabajos de Relaciones Públicas llevadas a cabo por marcas con medios de comunicación o generadores de contenido, que no hayan tenido una contraprestación económica entre la marca y su contraparte, 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

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
- BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

---

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y las distintas acciones llevadas a cabo.
- Material adicional: Una **imagen o PDF**, deberán mostrar idealmente el uso real en punto de venta de los materiales.



## BEST FILM

---

### DEFINICIÓN

---

Películas publicitarias audiovisuales ideadas para su difusión en televisión, cine o medios interactivos.

### Criterios de valoración

- Creatividad: 75%
  - Producción audiovisual: 25%
- 

### CATEGORÍAS

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
  - BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

Material obligatorio: Un **vídeo 16:9 de 2 minutos segundos de duración** máxima (Máximo 3 piezas en campaña).



## BEST 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. **BEBIDAS ALCOHÓLICAS:** Vinos, Cervezas, sidras y combinados con alcohol, Bebidas espirituosas
2. **BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS:** aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
3. **PRODUCTOS LÁCTEOS, HUEVOS y SALSAS:** leche, postres lácteos, nata, batidos, mantequilla, quesos, helados, huevos, aceites y salsas.
4. **ALIMENTACIÓN SECA:** Panadería, confitería y dulces, cafés, infusiones, cereales, productos dietéticos, pan de molde, galletas, pastelería industrial, turrone, dulces de navidad, caramelos, miel, chicles, chocolate, confituras y mermeladas, cremas de cacao, snacks, alimentación infantil.

5. ALIMENTOS FRESCOS. Carnes, vegetales, frutas y hortalizas, pescado, pollo, pavo, etcétera.
6. CONSERVAS Y DERIVADOS: Precocinados, congelados, derivados de carne animal y vegetal, conservas, y platos preparados.
7. MARCA DE LA DISTRIBUCIÓN: Cualquier producto alimentario elaborado para la marca de la distribución.
8. VARIOS. Especias, azúcar, sal Alimentación animal, y otros productos no identificados en las categorías anteriores

---

### *ESPECIFICACIONES TÉCNICAS*

---

- 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 2 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza donde se expliquen los objetivos de comunicación y la estrategia. En el caso de rebranding de productos, deberán facilitar la imagen de partida desde la que se genera el rebranding. También es recomendable incluir el brandbook en formato pdf en caso de tenerlo disponible.

## BEST 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

---

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

---

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

- Material obligatorio: **PDF** del book de identidad corporativa, con imágenes de la implementación de la misma.

- Material adicional: Un **vídeo explicativo de 2 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza donde se expliquen los objetivos de comunicación y la estrategia.

## BEST MEDIA

---

### 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

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
  - BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.
- 

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y las distintas acciones llevadas a cabo.
- Material adicional: Una **imagen PDF**.

## BEST INTEGRATED STRATEGY

---

### DEFINICIÓN

---

Esta sección pretende recoger aquellas campañas que han aportado de manera creativa unos resultados notables a la 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. Los resultados son fundamentales para determinar los ganadores de esta categoría. Será imprescindible elaborar un documento explicativo que incluya el punto de partida, objetivos, acciones realizadas y resultados que pueden reflejarse en datos económicos, ganancia de cuota de mercado, relevancia en la mente del consumidor, aumento de la preferencia, etc.

### Criterios de valoración

- Creatividad: 50%
- Resultados: 50%

---

### CATEGORÍAS

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
- BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

---

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza donde se expliquen los objetivos de comunicación, la estrategia, y las distintas acciones llevadas a cabo.
- Material adicional: Una **imagen o PDF con material explicativo de la acción**.

## BEST ESG

---

### DEFINICIÓN

---

Esta sección pretende destacar los valores corporativos en materia de sostenibilidad, labor social y buen gobierno de las compañías alimentarias. 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.

### CATEGORÍAS

---

- ALIMENTACIÓN y RETAIL: cualquier producto alimentario de consumo humano-animal, campañas institucionales y genéricas, acciones llevadas en restaurantes, hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia y establecimientos en general en los que se sirva comida y bebida, o servicios de entrega a domicilio.
- BEBIDAS: Vinos, cervezas, sidra y bebidas espirituosas, aguas minerales, zumos y bebidas refrescantes, energéticas e isotónicas.

### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

---

- Material obligatorio: Un **vídeo explicativo de 2 minutos de duración** máxima mostrando los elementos que conforman la pieza.

- Material adicional: Una **imagen 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

---

- 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

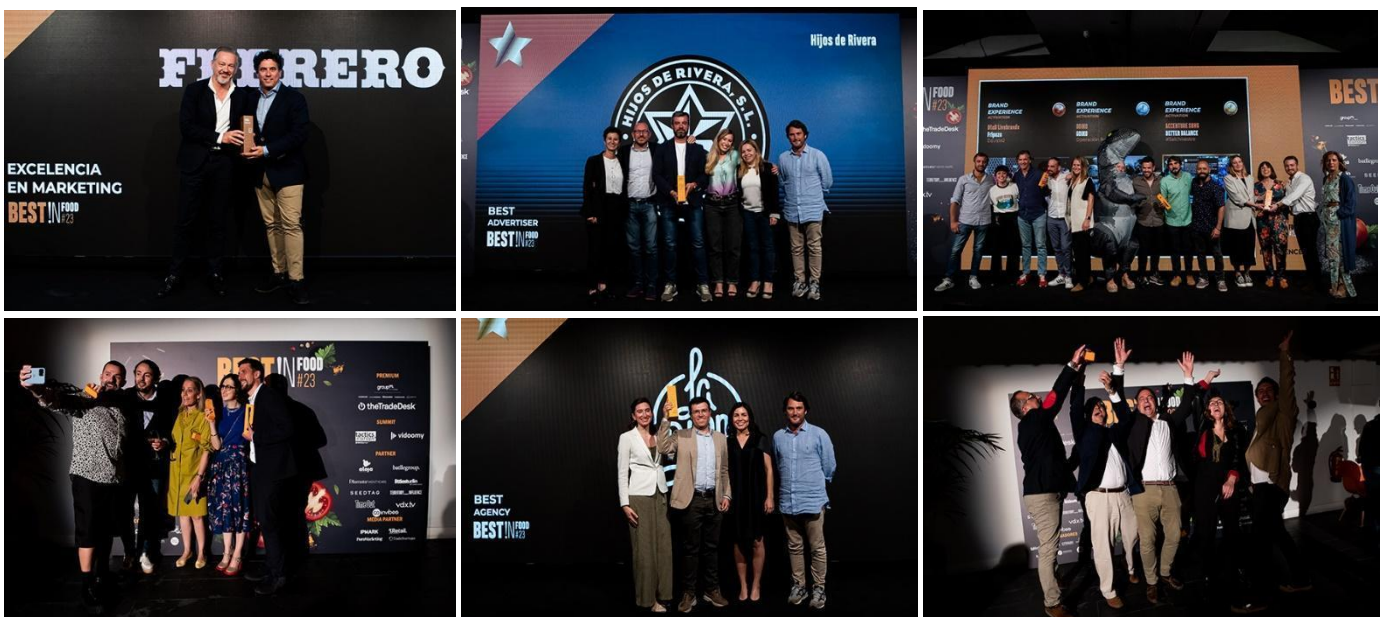
- **Best Agency.** Según premios obtenidos en el palmarés.
- **Best Advertiser.** Según premios obtenidos en el palmarés.
- **Excelencia en Marketing a la trayectoria de una marca.** Otorgado por el comité organizador
- **Best CEO.** Otorgado por la organización de Best Awards

## 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 29 de febrero de 2023, y no contiene ninguna referencia a la agencia que ha realizado la pieza.



---

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS GENERALES

---

### VÍDEO

TIPO	RESOLUCIÓN	FORMATO
16:9	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1920 x 1080</li> <li>• 1280 x 720</li> <li>• 1024 x 576</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MP4</li> <li>• MOV</li> <li>• WEBM</li> </ul>

### IMAGEN

TIPO	RESOLUCIÓN
JPG PNG JPEG PDF	300 PPP

---

## ENVÍO PIEZAS FÍSICAS PACKAGING y CORPORATE IDENTITY

---

La entrega de los materiales físicos, ya sea el propio pack o un soporte rígido explicando la pieza presentada, deberá realizarse obligatoriamente antes del 9 de febrero de 2024 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 exhibirá 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](mailto:info@bestawards.es) antes de realizar el envío

## CONTACTO

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