



D&AD Awards 2020

Guía de participación

Updated on 25.03.2020

Índice

- 02 ¿Por qué participar?
 - 04 Niveles de los Pencils de D&AD
 - 05 Premios y competiciones especiales
 - 06 Criterios de selección
 - 07 Novedades
 - 08 Antes de inscribirte
 - 09 Reglas y elegibilidad
 - 12 Índice de categorías
 - 65 Next
 - 68 Side Hustle
 - 71 Formatos de envío
 - 75 Información de apoyo
 - 77 Contacto
-

¿Por qué participar?

¿Qué opinan los ganadores anteriores sobre ganar un Pencil?

98%

Fue bueno para mi carrera.

72%

Hizo que me ascendieran.

71%

Conseguimos clientes nuevos como resultado directo.

87%

Nos ayudó a atraer a nuevos talentos.

85%

Nos trajo oportunidades que quizá no habríamos tenido.

Pero lo más importante es que D&AD es una organización sin ánimo de lucro.

Reinvertimos el dinero ganado en el sector al que servimos, principalmente a través de D&AD New Blood. Ayudamos a los nuevos talentos a prosperar, promovemos la diversidad y trabajamos para conseguir un futuro más justo y sostenible para el sector. En 2019 invertimos 6,5 millones de libras en actividades solidarias y ofrecimos 176.553 actividades de aprendizaje práctico a creativos emergentes.

Por todo esto, te animamos a participar no solo por la oportunidad de llevarte la gloria, sino para contribuir a nuestra misión de hacer que el mundo de la creatividad sea más fuerte, más justo y más abierto para todos.

“Participamos en D&AD porque sabemos que es una comunidad que se preocupa por el futuro de la industria y vela por él.”

Stefan Sagmeister

diseñador

Niveles de los Pencils de D&AD

Shortlist (finalistas)

Trabajos meritorios, merecedores de reconocimiento y de una mención en el Anuario de D&AD.



SHORTLIST

Wood Pencil

Los mejores del año en publicidad, diseño y craft merecedores de ocupar un lugar en el Anuario de D&AD.



Graphite Pencil

Trabajos sobresalientes, bellamente ejecutados y basados en una idea original e inspiradora.



Yellow Pencil

El icónico Yellow Pencil de D&AD, concedido solo a los trabajos más destacados que demuestran verdadera excelencia creativa.



Black Pencil

El galardón definitivo en creatividad, reservado para los trabajos más revolucionarios. Solo se conceden un puñado de Black Pencils al año.



White Pencil

El definitivo galardón Impact, otorgado a proyectos excepcionales que cambian las reglas del juego y que han resultado en cambios significativos y establecidos de comportamiento, políticos, comerciales y/o cambios sociales. Otorgado a los ganadores principales de la categoría Impact en lugar del Black Pencil.



Premios y competiciones especiales

Companies of the Year

Se conceden puntos a las organizaciones entrantes por cada Pencil o Shortlist conseguido. Después, estos puntos se suman para determinar el primer, segundo y tercer puesto en las siguientes categorías:

- Agencia de publicidad del año
- Estudio de diseño del año
- Compañía productora del año
- Cliente del año

Los ganadores se anuncian en la Ceremonia de D&AD.

Collaborative

Esta categoría reconoce las relaciones desarrolladas a largo plazo entre los clientes y sus agencias de diseño, publicidad y producción, que han llevado a la creación de trabajos de gran calidad a lo largo del tiempo.

President's Award

Cada año, D&AD homenajea a un héroe del sector, una leyenda cuya contribución a la industria ha sido una inspiración para muchos. El ganador será escogido por el presidente de D&AD y se anunciará en la Ceremonia de D&AD el 21 de mayo de 2020.

Side Hustle & Next Awards

D&AD Side Hustle, nuestra competición para los creativos que convierten su pasión en un proyecto paralelo, y los Next Awards, la plataforma de D&AD para talentos emergentes, vuelven en 2020. En enero se anunciará toda la información para participar. Los ganadores se escogerán en mayo, junto con los D&AD Awards y el D&AD Festival.

Asegúrate de que no te pierdes nada: suscríbete para recibir actualizaciones o regístrate como miembro en dandad.org.

Criterios de selección

A la hora de evaluar los trabajos, los miembros del jurado tienen en cuenta las siguientes preguntas:

Para las categorías Advertising, Culture y Design

- > ¿Es una idea inspiradora?
- > ¿Está brillantemente ejecutada?
- > ¿Se adecúa a su propósito?

Para las categorías Craft

- > ¿La ejecución creativa es brillante?
- > ¿La ejecución creativa consigue elevar la idea?
- > ¿Es una idea inspiradora?
- > ¿Se adecúa a su propósito?

Para la categoría Impact

- > ¿Tiene la idea una influencia positiva en las empresas y la sociedad?
- > ¿Ha resultado en un cambio tangible?
- > ¿Es innovadora e inspiradora?
- > ¿Se adecúa al propósito?

Para la categoría Future Impact

- > ¿Muestra la idea potencial para tener una influencia positiva en las empresas y la sociedad?
- > ¿Demuestra suficientemente el potencial para generar un cambio tangible?
- > ¿Demuestra de manera suficiente que puede llegar a la escala prevista?
- > ¿Es innovadora e inspiradora?

Novedades

Categorías

Las categorías D&AD evolucionan cada año para reflejar el desarrollo de la industria. Bajo la indicación “nueva” podrás identificar las subcategorías que hemos lanzado este año. También explicamos algunos de los cambios a continuación:

Creativity for Good & Impact

Este año el programa D&AD Impact Awards coincidirá con los D&AD Awards 2020. Impact reemplazará a la categoría Creativity for Good, establecida en 2012. El objetivo principal seguirá siendo el mismo: dar reconocimiento a ideas creativas que impulsan cambios positivos. Aquí se incluye también el programa Future Impact, que reconoce las ideas creativas con potencial para generar un impacto positivo. Las ONG que inscriban podrán disponer de un 50 % de descuento.

Design Transformation

Los cambios en las prácticas del sector implican que el pensamiento de diseño es un factor cada vez más fundamental de la transformación y el crecimiento empresariales. Este año hemos lanzado la categoría Design Transformation para premiar proyectos de transformación empresariales brillantes, reconociendo transformaciones holísticas de empresa basadas en el ámbito operacional, tecnológico y experiencial.

Digital Design

Hemos remodelado por completo la categoría Digital Design para reconocer el excelente trabajo que está detrás del diseño de productos, servicios y experiencias digitales.

Product Design

Continuando con una larga tradición de reconocer los mejores diseños de producto, D&AD ha vuelto a alinearse con el sector al usar la misma categorización que la industria para renombrar las categorías de Product Design.

Digital (Marketing)

Nuestra categoría Digital ha sido modificada sustancialmente para reflejar el entorno en constante cambio del marketing digital, la tecnología publicitaria y la innovación digital. Las nuevas categorías incluyen E-commerce, Use of AI, In-game Advertising y Creative Use of Data.

Writing for Design and Advertising

Tras recibir múltiples peticiones de los jurados de publicidad y diseño en los últimos dos años, hemos incorporado las categorías de redacción dentro de las categorías de publicidad y diseño existentes. Por ejemplo, ahora el jurado de Branding también seleccionará los ganadores de Writing for Brands y el jurado de Film Advertising seleccionará a los ganadores de Writing for Film Advertising.

Precios

Los autónomos y las empresas con menos de 10 empleados tienen un 20% de descuento en la inscripción. Para beneficiarte del descuento, ponte en contacto a través de awards@dandad.org.

Información adicional y formatos de envío

Sabemos que redactar las entradas lleva tiempo, así que hemos simplificado las preguntas y más basadas en hechos. El jurado quiere saber los hechos, así que mantén tus respuestas breves y concisas.

Además, también hemos simplificado el lenguaje de nuestros formatos y requisitos de inscripción para hacerlos más fáciles y flexibles.

Antes de inscribirte

*****Esta parte es importante*****

1. Comprueba si tu trabajo cumple con los requisitos para participar.

Puedes consultar las reglas en la [página 09](#).

2. Escoge tus categorías

Los símbolos S y M que aparecen junto a cada categoría indican si el trabajo puede enviarse como una entrada sencilla o múltiple (por ejemplo, para campañas o series de trabajos).

3. Prepara tu inscripción

Formatos de envío: Las páginas de las categorías (página 13 a 68) indican en qué formato debes enviar tu trabajo. En la [página 71](#) encontrarás más detalles y especificaciones del tipo de archivo indicado en cada formato.

Información adicional: En la parte inferior de cada página de categoría encontrarás una lista de la información por escrito que deberás enviar online. No te saltes este paso, ya que informa a los miembros del jurado sobre tu trabajo, pero sé breve y céntrate en los hechos. Consulta los requisitos específicos y los límites de caracteres en la [página 75](#).

Traducciones: Si el trabajo ha sido publicado en un idioma diferente al inglés, envíalo en el idioma original junto con una traducción. Si el trabajo es un vídeo, deberá subtitularse. Para otros tipos de trabajos, simplemente escribe tu traducción online.

4. Crea tu entrada

Para empezar, ve a tu cuenta online en [dandad.org](#). Podrás guardar tus inscripciones a medida que vayas creándolas. También hay un vídeo explicativo con un resumen del proceso y consejos útiles.

5. Revisa tu entrada y envíala

Antes de dar por acabada tu inscripción, revisa de nuevo toda la información escrita y los archivos subidos. No se podrán modificar las entradas después de la fecha límite. Cuando hayas terminado tu inscripción, podrás realizar el pago con tarjeta de crédito o transferencia bancaria para completar tu participación.

6. Envía los materiales físicos

Si vas a enviar algún material por correo postal, tendrás que descargarte e imprimir las etiquetas correspondientes para pegarlas al trabajo y al paquete. Las etiquetas estarán disponibles online después de realizar el pago.

Nota sobre aduanas: para reducir el riesgo de que tu trabajo sea retenido en la aduana del Reino Unido, es fundamental que hagas un seguimiento del paquete y que pagues las tarifas aduaneras correspondientes.

Si necesitas más consejos sobre cómo participar o si tienes cualquier duda relacionada con este tema, ponte en contacto con nosotros.

Reglas y elegibilidad

*****Esta parte es importante*****

Trabajos aptos

Para ser considerados elegibles, los trabajos presentados deben:

- > Haber sido lanzados de manera comercial entre el 1 de enero de 2019 y el 19 de abril de 2020*
- > Haber sido producidos en respuesta a un brief auténtico de un cliente o aprobados por un cliente
- > Haberse puesto a disposición del público a través de medios legales
- > Haber sido aprobados y pagados por el cliente

* Los trabajos inscritos en las categorías Digital Design/Incremental Design e Integrated/Established Campaigns deben estar activos a nivel comercial dentro de este periodo elegible, pero pueden haber sido lanzados en cualquier momento posterior al 1 de enero de 2017.

Trabajos no aptos

No admitimos:

- > Diseños conceptuales o trabajos creados únicamente para participar en competiciones
- > Trabajos presentados por otro participante en la misma categoría
- > Trabajos presentados a los D&AD Awards en años anteriores
- > Prototipos que no hayan sido lanzados de manera comercial durante el periodo de participación*

* Se aceptan prototipos en la categoría Product Design/Prototypes. Para más información, consulta nuestros Términos y Condiciones

Otros casos admitidos

Los trabajos también pueden ser admitidos en los casos y condiciones que se detallan a continuación:

Si el trabajo se realizó pro bono para una organización benéfica:

- > La organización debe tener una relación contractual con la empresa participante.
- > La organización debe haber aprobado el trabajo para su publicación.
- > Es posible que comprobemos con el propietario del medio si la presencia en medios/emisión fue facilitada pro bono.

Si la empresa participante es también cliente del trabajo, se clasifica dentro de una de estas dos categorías:

- > Self-promotion: los trabajos de autopromoción solo son aptos si se han lanzado de manera comercial y puesto a disposición de clientes potenciales.
- > In-house design and production: los propietarios de empresas pueden presentar trabajos que hayan sido producidos internamente y lanzados al mercado.

Si el trabajo fue publicado por primera vez antes del 1 de enero de 2019, es apto solo si cumple una de estas dos condiciones:

- > La mayor parte del trabajo se lanzó entre el 1 de enero de 2019 y el 19 de abril de 2019 (solo se aplica a entradas de campañas).
- > El trabajo fue editado o actualizado y relanzado entre el 1 de enero de 2019 y el 19 de abril de 2020, tras haber experimentado una evolución creativa significativa.

Reglas y elegibilidad

*****Esta parte es importante*****

Envío de entradas

Los trabajos deben ser enviados:

- > Tal y como hayan sido publicados de manera comercial. Solo debes modificar el trabajo para cumplir con los requisitos incluidos en esta guía.
- > En su idioma original. Si el trabajo no está en inglés, proporciona una traducción según las indicaciones de esta guía.

Incumplimiento de los requisitos de participación

Si un miembro del jurado cuestiona la aptitud de una entrada, te pediremos que envíes más evidencias documentales para demostrar que el trabajo es apto. Si D&AD establece que un participante ha incumplido las reglas de los premios, la entrada en cuestión será retirada inmediatamente del concurso y sometida a la autoridad del comité ejecutivo de D&AD.

El comité ejecutivo de D&AD tiene derecho a:

- > Descalificar a un participante de los premios.
- > Prohibir la entrada a un participante durante los próximos años.
- > Revocar o suspender la afiliación de un participante a D&AD.

Para más información sobre las políticas de la D&AD, consulta nuestros Términos y condiciones.

Criterios de participación para el Collaborative Award

El Collaborative Award otorga reconocimiento a las agencias y estudios de diseño, publicidad y producción por sus relaciones a largo plazo con los clientes.

Los trabajos enviados deben cumplir con las reglas indicadas arriba. Además, los participantes deben:

- > Ser una agencia o estudio de diseño, publicidad, creatividad o producción.
- > Haber disfrutado de una relación comercial ininterrumpida con el cliente durante al menos tres años antes de la fecha límite de participación (11 de abril de 2020).
- > Haber producido al menos dos campañas o proyectos para el cliente durante cada uno de esos años. Al menos dos de las campañas/proyectos deben enviarse como parte de la entrada.
- > Contar con el consentimiento por escrito del cliente para enviar los trabajos y citar al cliente en su entrada. D&AD se reserva el derecho a solicitar una copia de dicho consentimiento.

Reglas y elegibilidad

*****Esta parte es importante*****

Criterios de participación para Impact

Las categorías Impact son para cualquiera que esté usando creatividad para impulsar cambios positivos; tanto si eres un innovador, una marca, una ONG, un startup, un emprendedor, una agencia o empresa social.

Al comenzar la inscripción se le pedirá que seleccione los campos en los que opera el proyecto de entre las siguientes opciones: 'Community & Civic Engagement', 'Educational & Financial Empowerment', 'Environment & Sustainability', 'Equality & Diversity', 'Health & Wellness', 'Humanitarian Aid'.

En ambas categorías, su inscripción deberá:

- > Cumplir con todas las leyes y regulaciones relevantes.
- > Tener la aprobación de todos los socios / partes interesadas.

No aceptamos:

- > Obras creadas solo para participar en concursos.
- > Trabajos inscritos por otra empresa en la misma categoría.

Impact

Para ser elegible en esta categoría, su entrada debe evidenciar el impacto alcanzado y haber sido lanzado, cambiado o actualizado significativamente entre el 1 de enero de 2018 y el 19 de marzo de 2020. No aceptamos prototipos y productos en pruebas alfa / beta, o trabajos que no han tenido un impacto. Sin embargo, dichos trabajos podrían ser elegibles para la categoría Future Impact (ver más abajo).

Future Impact

Para ser elegible en esta categoría, su entrada debe tener prueba de concepto y evidencia de potencial para impacto. Los prototipos, las ideas que están en pruebas o van a estarlo, los proyectos que buscan financiación y los productos en fase de producción son todos aceptados. Las nuevas líneas de productos / servicios o partes de campaña también son elegibles en las mismas condiciones. No aceptamos trabajos que ya estén teniendo impacto; estos pueden ser elegibles para la categoría Impact.

Tenga en cuenta que se aplica un plazo de inscripción ampliado hasta el 15 de julio de 2020 a la categoría Future Impact.

Índice de categorías

Advertising

Art Direction UPDATED	13
Digital	15
Direct UPDATED	17
Experiential	19
Film Advertising	20
Integrated	22
Media	23
PR	25
Press & Outdoor UPDATED	27
Radio & Audio	29

Design

Book Design UPDATED	31
Branding UPDATED	33
Design Transformation NEW	35
Digital Design	36
Graphic Design UPDATED	38
Magazine & Newspaper Design UPDATED	41
Packaging Design UPDATED	42
Product Design	43
Spatial Design	45

Craft

Animation	46
Casting	47
Cinematography	48
Direction	49
Editing	50
Illustration UPDATED	51
Photography UPDATED	53
Production Design	54
Sound Design & Use of Music	55
Typography UPDATED	56
Visual Effects	58

Culture

Entertainment	59
Music Videos	61

Impact

Impact	62
Future Impact	63

Collaborative

Collaborative	64
---------------	----

Next

Next UPDATED	65
---------------------	----

Side Hustle

Side Hustle	68
-------------	----

Due to the current circumstances caused by COVID-19 we will now be judging all categories virtually, with the exception of Book Design, Graphic Design, Magazine & Newspaper Design and Packaging Design. For further information on our plans to protect the integrity of judging throughout this process, please read our full COVID-19 statement [here](#).

Advertising:

Art Direction

Diseño general, dirección visual y estilo de campañas o elementos de las mismas, incluyendo trabajos publicados online, en plataformas digitales, impresos, en televisión, etc.

Entry Prices

Single S

super early bird
£270, €432, \$540

early bird
£300, €480, \$600

standard
£360, €576, \$720

Multi M

super early bird
£450, €720, \$900

early bird
£500, €800, \$1000

standard
£600, €960, \$1200

Subcategory		Submission Formats
1001 NEW	Art Direction for Integrated Digital Campaigns Dirección de arte de campañas integradas ejecutadas principalmente en plataformas digitales. Esto puede incluir sitios web, anuncios de display, redes sociales, aplicaciones, datos o tecnologías creativas. Se aceptan elementos offline si trabajan en conjunto con los online.	Mandatory Presentation Film
1002 NEW	Art Direction for Websites Dirección de arte de sitios web, páginas de destino y microsítios. Incluye tanto el sitio web principal de una marca como los lanzados como parte de una campaña promocional. Para participar, envía una URL que esté disponible para el público y accesible desde el Reino Unido hasta junio de 2019.	Mandatory URL — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1003 NEW	Art Direction for Display & Social Advertising Dirección de arte de publicidad de display, anuncios en redes sociales de pago y búsqueda de pago. Por ejemplo: banners, anuncios emergentes, publicaciones promocionadas, anuncios en vídeo, anuncios pre-roll, takeovers, competiciones y Google Ads.	
1004 NEW	Art Direction for Branded Apps & Games Dirección de arte en aplicaciones y en juegos móviles de marca o con un componente comercial, pero que no son la principal aplicación comercial de un producto o servicio. Pueden estar diseñados para jugar online o para descargar.	
1005 NEW	Art Direction for In-Game Advertising Dirección de arte de publicidad dentro de juegos online, para ordenador, en vídeo o móviles. Incluye cartelería dentro del juego, componentes de gamificación, emplazamientos de productos como parte de la narrativa del juego, anuncios selectivos, anuncios incentivados y ad gating.	
1006	Art Direction for Direct Dirección de arte de piezas de marketing segmentado diseñadas para generar una respuesta directa en los usuarios. Incluye publicidad impresa, por correo, digital y en vídeo.	Mandatory Choose from one of the below: URL Film Digital Image/s (for print ads, mail and inserts & wraps) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1007	Art Direction for Film Advertising Incluye publicidad creada para redes sociales, video bajo demanda, televisión y cine.	Mandatory Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and how long for? **For relevant categories:** Instructions.

See page 75 for more information.



Advertising:

Art Direction



Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £270, €432, \$540	<i>super early bird</i> £450, €720, \$900
<i>early bird</i> £300, €480, \$600	<i>early bird</i> £500, €800, \$1000
<i>standard</i> £360, €576, \$720	<i>standard</i> £600, €960, \$1200

Subcategory		Submission Formats f
1008	Art Direction for Outdoor Advertising SM Incluye cartelería impresa y digital, formatos especiales y sitios digitales.	Mandatory UPDATED One of the below: Digital Image/s (for poster ads) Digital Presentation Images (for special builds) Films (for digital sites) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1009	Art Direction for Press Advertising SM Dirección de arte de anuncios en prensa, encartes y fajas o sobrecubiertas.	Mandatory UPDATED Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and how long for? **For relevant categories:** Instructions.

See [page 75](#) for more information.

Advertising:

Digital

Comunicaciones de marketing que se basan principalmente en ideas creativas, tecnología, datos y plataformas digitales.

Entry Prices

Single **S**

super early bird
£270, €432, \$540

early bird
£300, €480, \$600

standard
£360, €576, \$720

Multi **M**

super early bird
£495, €792, \$990

early bird
£550, €880, \$1100

standard
£660, €1056, \$1320

Subcategory		Submission Formats f
1101	Integrated Digital Campaigns M Campañas integradas ejecutadas principalmente en plataformas digitales. Esto puede incluir sitios web, anuncios de display, redes sociales, aplicaciones, datos o tecnologías creativas. Se aceptan elementos offline si trabajan en conjunto con los online.	Mandatory Presentation Film
1102	Campaign Websites S Sitios web, páginas de destino, folletos o catálogos online y micrositiros lanzados como parte de una campaña promocional, no como sitio principal de una marca. Para participar, envía una URL que esté disponible para el público y accesible desde el Reino Unido hasta junio de 2020.	Mandatory URL — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1103	Display & Social Advertising SM NEW Publicidad de display, en redes sociales pagados y de búsqueda pagados. Por ejemplo: banners, anuncios emergentes, publicaciones promocionales, anuncios en vídeo, anuncios pre-roll, takeovers, competiciones y Google AdWords. El contenido de marca de corta duración debe presentarse en la categoría Film Advertising.	Mandatory One of the below: URL Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1104	Branded Apps & Games SM Aplicaciones y juegos móviles que son de marca o con un componente comercial, pero que no son la principal aplicación comercial de un producto o servicio. Pueden estar diseñados para jugar online o para descargar.	
1105	In-Game Advertising SM NEW Publicidad dentro de juegos online, para ordenador, en vídeo o móviles. Incluye cartelería dentro del juego, componentes de gamificación, emplazamientos de productos como parte de la narrativa del juego, anuncios selectivos, anuncios incentivados y ad gating.	
1106	Use of Micro-Talent/Influencers SM NEW Campañas que usan microtalentos o microinfluencers (con audiencias nicho o un número más reducido de seguidores) para incrementar la interacción y dirigirse a mercados específicos.	
1107	Use of Talent & Influencers SM Campañas que usan famosos o influencers populares en las redes sociales, normalmente con más de 100.000 seguidores, para incrementar la interacción y dirigirse a mercados específicos.	Mandatory One or both of the below: URL Film Optional Presentation Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1108	Use of Trends & Tactical Marketing SM Marketing a través de newsjacking. Combina ideas creativas con una noticia de última actualidad o un tema de tendencia para generar los máximos niveles de cobertura e interacción en redes sociales para una marca, creando un impacto inmediato.	S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context, Instructions. **For relevant categories:** Where did the work run and for how long? If applicable, on which social media channel/s was the work released and for how long? See page 75 for more information.

Advertising:

Digital



Entry Prices

Single S

super early bird
£270, €432, \$540

early bird
£300, €480, \$600

standard
£360, €576, \$720

Multi M

super early bird
£495, €792, \$990

early bird
£550, €880, \$1100

standard
£660, €1056, \$1320

Subcategory		Submission Formats
1109	Creative Use of Social Media S M Publicidad que usa el tiempo de retraso, algoritmos, reglas de censura, funcionalidades o formatos de una red social. La publicidad en redes sociales estándar debe presentarse en la categoría Display & Social Advertising.	Mandatory Presentation Film Optional URL
1110	Creative Use of Technology S Marketing que emplea tecnología o aprendizaje automático para ampliar los límites de la creatividad. Incluye el uso de deep tech y aprendizaje automático para segmentar audiencias o interactuar con ellas. Es necesario mostrar cómo el uso de la tecnología ha contribuido directamente al éxito comercial de la campaña.	
1111	Creative Use of AI S Marketing digital que emplea inteligencia artificial para ampliar los límites de la creatividad. Incluye el uso de IA para redactar el brief creativo, escribir guiones y generar anuncios, producir conclusiones e interactuar con audiencias (p. ej. chatbots o asistentes de voz). Es necesario mostrar cómo el uso de la IA ha contribuido directamente al éxito comercial de la campaña.	
1112	Creative Use of Data S Campañas creativas que usan datos para ampliar la idea, amplificar la narrativa de marca, impulsar el éxito comercial o mejorar la experiencia de cliente online u offline. Esto puede incluir datos internos o externos, big data, datos en tiempo real o datos competitivos.	
1113	Creative e-Commerce S Innovación en experiencias de comercio electrónico móvil, elementos sociales, experiencias de compra personalizadas, chatbots o colaboraciones de marca creativas en desarrollo de productos a medida para maximizar las ventas.	
1114	Cohesive Use of Physical & Digital S Publicidad que emplea elementos físicos y digitales en tándem para interactuar con los usuarios y hacerles llegar un mensaje de marketing.	Mandatory Presentation Film Optional URL Physical Material
1115	Creative Use of Writing S M Textos escritos para publicidad digital para impulsar de manera efectiva la conversión. Incluye sitios web, banners, publicidad emergente, anuncios móviles, sitios de campaña, servicios digitales, juegos, sitios móviles, aplicaciones y redes sociales.	

S 1 piece of work per entry
M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context, Instructions. **For relevant categories:** Where did the work run and for how long? If applicable, on which social media channel/s was the work released and for how long? See page 75 for more information.

Advertising:

Direct

Marketing directo diseñado para provocar una respuesta directa y/o dirigirse a una audiencia específica. Puede estar en plataformas de cualquier tipo, por ejemplo, online, radio, ambiental, etc.

Entry Prices

Single **S**

super early bird
£270, €432, \$540

early bird
£300, €480, \$600

standard
£360, €576, \$720

Multi **M**

super early bird
£495, €792, \$990

early bird
£550, €880, \$1100

standard
£660, €1056, \$1320

Subcategory		Submission Formats f
1201	Direct Integrated Campaigns M Campañas de marketing directo completamente integradas ejecutadas en múltiples plataformas, por ejemplo, online, impresas, en televisión y en radio.	Mandatory Presentation Film
1202	Direct Mail SM Envíos por correo físico dirigidos a una audiencia específica y/o que buscan una respuesta del destinatario. Incluye buzoneo, cartas, postales y paquetes. Al inscribir tu trabajo, tendrás que seleccionar el volumen del envío: volumen muy bajo (menos de 500 piezas), volumen bajo (501-10.000 piezas), volumen medio (10.000-100.000 piezas) y volumen alto (más de 100.001 piezas).	Mandatory UPDATED Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1203	Direct Response/Digital SM Comunicación digital directa incluyendo banners, sitios web de campaña, campañas de redes sociales, correo electrónico, aplicaciones y anuncios móviles.	Mandatory URL — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1204	Direct Response/Radio & Audio SM Anuncios de radio y marketing de audio que incluyen una llamada a la acción específica y/o se dirigen a una audiencia específica.	Mandatory Audio — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1205	Direct Response/Press & Poster SM Anuncios impresos, incluyendo encartes y fajas o sobrecubiertas, especialmente diseñados para provocar una respuesta directa en los usuarios.	Mandatory UPDATED One of the below: Digital Image/s (for print ads and inserts & wraps) Digital Presentation Images (for special builds) Film (for digital sites) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1206	Direct Response/Film SM Anuncios de redes sociales, video bajo demanda, televisión o cine que incluyen una llamada a la acción específica o se dirigen a una audiencia específica.	Mandatory Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions, Where did the work run and how long for?
 See [page 75](#) for more information.



Advertising:

Direct



Entry Prices	
Single S	Multi M
super early bird £270, €432, \$540	super early bird £495, €792, \$990
early bird £300, €480, \$600	early bird £550, €880, \$1100
standard £360, €576, \$720	standard £660, €1056, \$1320

Subcategory		Submission Formats f
1207	Direct Response/Ambient M Marketing directo exterior no tradicional. Puede incluir stunts, formatos especiales, mobiliario urbano, eventos en directo y tiendas efímeras (pop-ups).	Mandatory Presentation Film
1208	Direct Product & Service M Productos y servicios dirigidos a audiencias específicas y que provocan una respuesta directa.	
1209	Direct Acquisition & Retention M Campañas directas que inician un impulso segmentado hacia un negocio, empresa o producto para establecer una relación con el consumidor o fomentar la fidelización.	
1210	Direct Innovation M Trabajos que provocan una respuesta directa de manera nueva e innovadora. Las inscripciones deben demostrar cómo el trabajo ha innovado a partir de un método o plataforma de marketing directo existentes.	
1211	Writing for Direct SM Redacción para comunicaciones de marketing en forma de correo directo, materiales impresos, encartes, fajas y sobrecubiertas, radio, audio, vídeo bajo demanda, televisión, cine, móvil y redes sociales que provoca una respuesta directa por parte del usuario. Sólo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto asegura que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.	Mandatory UPDATED Choose from one of the below: URL Film + PDF of Script Audio + PDF of Script Digital Image/s (for print ads, mail and inserts & wraps) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions, Where did the work run and how long for?
 See [page 75](#) for more information.

Advertising:

Experiential

Trabajos que provocan interacción entre marca y consumidor a través de activaciones basadas en la experiencia. Pueden ser digitales, físicos o una combinación: stunts, instalaciones, tiendas ‘pop-up’, experiencias basadas en la tecnología y entornos adaptables, retransmisiones en directo, vídeos interactivos, e-commerce.

Entry Prices

Single ⓘ

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Subcategory		Submission Formats ⓘ
1301	Community Experience ⓘ Activaciones de marca o ideas que se desarrollan en comunidades o las reúnen, para optimizar una experiencia compartida.	Mandatory Presentation Film
1302	Branded Entertainment Experience ⓘ Experiencias de entretenimiento de marca, por ejemplo, espectáculos en directo, eventos, conciertos y festivales.	
1303	Public Environments ⓘ Entornos de marca o experiencias en espacios públicos.	
1304	Expos, Conventions & Trade Shows ⓘ Activaciones de marca y casetas en exposiciones, convenciones y ferias.	
1305	Out-of-Home ⓘ Experiencias y activaciones exteriores, por ejemplo marketing de guerrilla, stunts y publicidad ambiental.	
1306	Retail ⓘ Experiencias comerciales que mejoran un proceso de compra. Incluye activaciones en tiendas, tiendas efímeras (pop-ups) y experiencias de venta callejera.	
1307	Gamification ⓘ NEW Trabajos en los que se transmite el mensaje de la marca a través de la interacción con un juego o una competición. Puede incluir juegos y aplicaciones digitales y actividades físicas. Los anuncios y branding dentro del juego deben presentarse en la categoría Direct.	
1308	Use of Technology ⓘ Entornos de marca donde se destaca el elemento clave mediante el uso de tecnologías como el vídeo de 360 grados, la activación por voz, la inmersión o la multiplataforma. Puede incluir proyecciones con mapping o experiencias activadas por el usuario. Para realidad virtual y aumentada, véase la categoría Use of Realities.	
1309	Use of Realities ⓘ NEW Trabajos en los que la realidad aumentada, virtual o mixta tiene un papel clave para transmitir el mensaje de la marca.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and how long for? See [page 75](#) for more information.

Advertising:

Film Advertising

Anuncios de vídeo para televisión, vídeo bajo demanda VOD, cine y redes sociales, incluyendo vídeos interactivos y virales.

Entry Prices

Single S

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Multi M

super early bird
£630, €1008, \$1260

early bird
£700, €1120, \$1400

standard
£840, €1344, \$1680

Subcategory		Submission Formats
1401	Social Commercial Campaigns M NEW Campañas comerciales de vídeo diseñadas para plataformas de redes sociales.	Mandatory Film S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1402	Social Commercials 1-10 seconds S NEW	
1403	Social Commercials 11-20 seconds S NEW	
1404	Social Commercials 21-30 seconds S NEW	
1405	Social Commercials over 30 seconds S NEW	
1406	VOD Commercial Campaigns M NEW Campañas comerciales de vídeo diseñadas para vídeo bajo demanda VOD.	
1407	VOD Commercials 1-10 seconds S NEW	
1408	VOD Commercials 11-20 seconds S NEW	
1409	VOD Commercials 21-30 seconds S NEW	
1410	VOD Commercials over 30 seconds S NEW	
1411	TV Commercial Campaigns M Campañas comerciales de vídeo diseñadas para televisión.	
1412	TV Commercials 1-20 seconds S	
1413	TV Commercials 21-40 seconds S	
1414	TV Commercials 41-60 seconds S	
1415	TV Commercials 61-120 seconds S	
1416	TV Commercials over 120 seconds S	
1417	Cinema Commercial Campaigns M Campañas comerciales de vídeo diseñadas para el cine.	
1418	Cinema Commercials 1-20 seconds S	
1419	Cinema Commercials 21-40 seconds S	
1420	Cinema Commercials 41-60 seconds S	



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions, Where did the work run and how long for? If applicable, on which social media channel/s was the work released and for how long? **For category 1425:** Number of views and evidence of discussion in popular culture. See page 75 for more information.

Advertising:

Film Advertising



Entry Prices	
Single S	Multi M
super early bird £360, €576, \$720	super early bird £630, €1008, \$1260
early bird £400, €640, \$800	early bird £700, €1120, \$1400
standard £480, €768, \$960	standard £840, €1344, \$1680

Subcategory	Submission Formats f
1421 Cinema Commercials 61-120 seconds S	Mandatory Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1422 Cinema Commercials over 120 seconds S	
1423 Other Screens SM Anuncios de vídeo diseñados principalmente para mostrarse en pantallas no tradicionales, por ejemplo en pantallas exteriores, en eventos, en presentaciones o en aviones.	
1424 Programme Promotions SM Promoción de vídeo para un programa o serie de televisión. Incluye anuncios creados para redes sociales, vídeo bajo demanda, televisión y cine.	
1425 Viral Films SM NEW Publicidad en vídeo que se ha popularizado de manera viral a través de usuarios que la comparten online.	
1426 Tactical Film Advertising SM Publicidad en vídeo que usa la popularidad de una noticia o evento específico para generar la máxima cobertura posible para la marca.	
1427 Writing for Film Advertising SM Guiones y textos visibles de anuncios de televisión, vídeo bajo demanda VOD, redes sociales y cine, contenido en vídeo de larga duración, vídeos de marca online, promociones de programas y patrocinios. Solo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto es para asegurar que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.	Mandatory Film + PDF of Script — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1428 Interactive Film Advertising SM Publicidad en vídeo que anima al espectador a interactuar. Puede incluir el uso de una segunda pantalla, con dispositivos en paralelo.	
1429 Innovative Film Advertising SM Publicidad en vídeo que amplía los límites del medio al implementar nuevas ideas, métodos narrativos o storytelling o tecnologías.	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions, Where did the work run and how long for? If applicable, on which social media channel/s was the work released and for how long? **For category 1425:** Number of views and evidence of discussion in popular culture. See [page 75](#) for more information.

Advertising:

Integrated

Campañas donde una idea central se ejecuta en una variedad de medios, p. ej. televisión, medios impresos, móvil y ambiental.

Entry Prices

Multi

super early bird
£540, €864, \$1080

early bird
£600, €960, \$1200

standard
£720, €1152, \$1440

Subcategory		Submission Formats 
1501	Integrated/Small Business (under 50 employees)  Campañas completamente integradas que han sido ejecutadas con éxito en múltiples plataformas, p. ej. online, en televisión, radio, exterior, etc.	Mandatory Presentation Film
1502	Integrated/Medium Business (50-500 employees) 	
1503	Integrated/Large Business (over 500 employees) 	
1504	Earned Media/Small Business (under 50 employees)  Campañas donde la difusión se obtiene de manera orgánica, no a través de medios de pago o propios. Incluye los mensajes difundidos a través de boca a boca, redes sociales, contenido editorial, etc., usando a terceros de manera efectiva para generar notoriedad.	
1505	Earned Media/Medium Business (50-500 employees) 	
1506	Earned Media/Large Business (over 500 employees) 	
1507 NEW	Omnichannel/Small Business (under 50 employees)  Campañas completamente integradas en las que las activaciones en todos los canales se unen para crear una experiencia de cliente unificada, sea cual sea el canal con el que interactúe. El viaje del cliente es una parte central de la estrategia.	
1508 NEW	Omnichannel/Medium Business (50-500 employees) 	
1509 NEW	Omnichannel/Large Business (over 500 employees) 	
1510	Established Campaigns  Campañas establecidas en las que el mismo concepto ha estado activo durante tres años o más, con una idea central ejecutada a través de una variedad de medios. El periodo elegible para los trabajos presentados en esta categoría comprende desde el 1 de enero de 2017 hasta el 31 de marzo de 2020.	
1511 NEW	Writing for Integrated  Textos redactados para campañas donde una idea central está conectada a través de una variedad de medios. Solo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto asegura que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and how long for? See [page 75](#) for more information.

Advertising:

Media

Estrategias e ideas que usan medios o propiedades de los mismos como herramienta creativa. El jurado valorará las ideas innovadoras y creativas basadas en medios, que den prioridad al uso efectivo de los canales para comunicar el mensaje de la marca.

Entry Prices

Multi

super early bird
£405, €648, \$810

early bird
£450, €720, \$900

standard
£540, €864, \$1080

Subcategory		Submission Formats 
1601	Use of Integrated  Ideas de medios creativas ejecutadas con éxito en múltiples plataformas de medios, p. ej. redes sociales, prensa, televisión y radio.	Mandatory Written Copy Optional Presentation Film
1602	Use of Digital  Campañas alojadas en plataformas web o móviles de terceros. Incluye ideas para medios de pago, propios y ganados que aprovechen los aspectos sociales y comunitarios de las redes sociales, incluyendo el contenido generado por los usuarios. También incluye trabajos diseñados para vídeo bajo demanda y redes sociales.	
1603	Use of Mobile  Ideas de medios que usen tecnologías móviles. Incluye realidad aumentada, tecnología basada en la ubicación, aplicaciones, etc.	
1604	Use of Direct  Uso de correo, correo electrónico, marketing telefónico o medios que permitan una comunicación directa con el cliente.	
1605	Use of Press & Outdoor  Anuncios en prensa (publirreportajes, anuncios en revistas y periódicos) y exteriores (en ubicaciones existentes, de formato libre e interactivas).	
1606	Use of Radio & Audio  Publicidad, patrocinio y promociones en servicios de radio o audio, ya se trate de emisoras, medios online o bajo demanda. Incluye podcasts.	
1607	Use of Film  Anuncios, publirreportajes, promociones, patrocinios y emplazamientos de producto en canales de televisión y cine reconocidos. El vídeo bajo demanda VOD debe presentarse en la categoría Use of Digital.	
1608	Use of Entertainment  Contenidos de entretenimiento buscados y compartidos por los usuarios. El canal o canales de medios empleados deben ser una parte central de la campaña y fundamentales para su éxito. Puede incluir anuncios, juegos, sitios web, experiencias, prensa, cartelería y música.	
1609	Use of Events & Stunts  Ideas de medios relacionadas con eventos de la vida real o stunts. Incluye exposiciones, lanzamientos de productos, competiciones deportivas, actuaciones artísticas y conciertos, tanto preexistentes como creadas especialmente.	
1610	Use of Retail  Campañas centradas en marketing en tienda, tiendas efímeras (pop ups) y procesos de comercio online.	

You will be asked to provide the following information online:

Background, Solution and Execution, Results. See [page 75](#) for more information.

Advertising:

Media



Entry Prices
Multi
<i>super early bird</i> £405, €648, \$810
<i>early bird</i> £450, €720, \$900
<i>standard</i> £540, €864, \$1080

Subcategory	Submission Formats
<p>1611 Use of Interaction </p> <p>Ideas de medios que permiten y animan al usuario a interactuar o responder a otras actividades de la marca. Incluye aplicaciones de pantalla doble, reconocimiento visual o de sonido, puestos interactivos y realidad virtual.</p>	<p>Mandatory</p> <p>Written Copy</p> <p>Optional</p> <p>Presentation Film</p>
<p>1612 Use of Collaboration </p> <p>Uso creativo del emplazamiento de patrocinios, en el que la colaboración entre patrocinador y proyecto es fundamental para el éxito de la campaña.</p>	
<p>1613 Use of Micro-Talent/Influencers </p> <p>NEW</p> <p>Actividad en los medios que usa microtalentos o microinfluencers (con audiencias nicho o un número más reducido de seguidores) para incrementar la interacción y dirigirse a mercados específicos.</p>	
<p>1614 Use of Talent & Influencers </p> <p>Actividad en los medios que usa famosos o influencers populares en las redes sociales, normalmente con más de 100.000 seguidores, para incrementar la interacción y dirigirse a mercados específicos.</p>	

You will be asked to provide the following information online:

Background, Solution and Execution, Results. See [page 75](#) for more information.

Advertising:

PR

Estrategias e ideas que emplean métodos de RR. PP. como herramientas creativas. El jurado valorará las ideas innovadoras y creativas basadas en relaciones públicas, que den prioridad al uso efectivo de la estrategia de RR. PP. para comunicar el mensaje de la marca.

Entry Prices

Multi

super early bird
£405, €648, \$810

early bird
£450, €720, \$900

standard
£540, €864, \$1080

Subcategory		Submission Formats 
1701	Integrated Campaign  Campañas de relaciones públicas integradas ejecutadas en una variedad de medios, p. ej. televisión, medios impresos, online, móviles, ambiental y stunts.	Mandatory Written Copy Optional Presentation Film
1702	Creative B2B Campaign  Campañas centradas en la promoción de servicios y productos de empresa a empresa.	
1703	Creative B2C Campaign  Campañas que se centran en la promoción de servicios y productos entre los consumidores.	
1704	In-Market Campaign  Campañas dirigidas a un mercado lingüístico o geográfico específico.	
1705	Multi-Market Campaign  Campañas dirigidas a varios mercados lingüísticos o geográficos.	
1706	Use of Digital & Social Media  Campañas que usan plataformas sociales y de medios digitales para comunicar el mensaje de la marca.	
1707	NEW Use of Micro-Talent/Influencers  Actividad de relaciones públicas que usa microtalentos o microinfluencers (con audiencias nicho o un número más reducido de seguidores) para incrementar la interacción y dirigirse a mercados específicos.	
1708	Use of Talent & Influencers  Actividad de relaciones públicas que usa famosos o influencers populares en las redes sociales, normalmente con más de 100.000 seguidores, para incrementar la interacción y dirigirse a mercados específicos.	
1709	Use of Events & Stunts  Uso de un evento o un stunt para generar notoriedad y construir la marca. Incluye flash mobs, marketing de guerrilla, etc.	
1710	Use of Media Relations  Uso de relaciones con periodistas y medios para hacer circular un mensaje, en lugar de dirigirse directamente al público.	
1711	Reactive Response  Campañas que usan la popularidad de una noticia o evento específicos para generar la máxima cobertura positiva posible para la marca. También puede incluir campañas creadas en respuesta a problemas de la marca o de una crisis de relaciones públicas.	
1712	Product Launch  Campañas de relaciones públicas diseñadas para lanzar o relanzar un producto.	



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Background, Solution and Execution, Results. For category 1715: Budget. See page 75 for more information.

Advertising:

PR



Entry Prices

Multi

super early bird
£405, €648, \$810

early bird
£450, €720, \$900

standard
£540, €864, \$1080

Subcategory		Submission Formats
1713	Public Affairs Campaign Campañas que cambian o influyen sobre las políticas públicas, la agenda y la legislación.	Mandatory Written Copy Optional Presentation Film
1714	Established Campaigns Campañas de relaciones públicas de larga duración, en las que el mismo concepto ha estado activo durante tres años o más y que generan notoriedad o ingresos para una marca de manera consistente. El periodo apto para los trabajos presentados en esta categoría comprende desde el 1 de enero de 2017 hasta el 31 de marzo de 2020.	
1715	Low Budget Campaigns Campañas de relaciones públicas ejecutadas con un presupuesto de 25.000 libras como máximo (o su equivalente en cada mercado).	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: *Background, Solution and Execution, Results.* **For category 1715:** *Budget.* See [page 75](#) for more information.

Advertising:

Press & Outdoor

Anuncios en prensa y cartelería, incluyendo trabajos publicados en sitios de cartelería digitales e interactivos.

Entry Prices	
Single S	Multi M
super early bird £270, €432, \$540	super early bird £450, €720, \$900
early bird £300, €480, \$600	early bird £500, €800, \$1000
standard £360, €576, \$720	standard £600, €960, \$1200

Subcategory	Submission Formats f
1801 Single Press Adverts S Anuncios de prensa independientes.	Mandatory UPDATED Digital Image/s Optional Digital Image/s in situ — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1802 Tactical Press Advertising SM Publicidad en prensa de respuesta rápida que usa la notoriedad generada por una noticia o evento para generar la máxima cobertura posible para la marca. Incluye newsjacking, publicidad en tiempo real y anuncios basados en situaciones específicas.	Mandatory UPDATED Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1803 Press Advertising Insert & Wraps SM Sobrecubiertas o encartes insertados en la publicación.	Mandatory UPDATED Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1804 Press Advertising Campaigns M Campañas completas de publicidad en prensa.	Mandatory UPDATED Digital Image/s Optional Digital Image/s in situ — M Max 10 pieces of work per entry
1805 Existing Sites Poster Advertising S Carteles independientes situados en ubicaciones de publicidad exterior convencionales. Incluye sitios digitales, p. ej. vallas, marquesinas o carteles digitales.	Mandatory UPDATED One of the below: Digital Image/s Film (for digital sites) Optional Digital Image/s in situ — S 1 piece of work per entry
1806 Free Format Poster Advertising S Carteles independientes en ubicaciones no convencionales o que hacen uso de materiales no convencionales, por ejemplo, vehículos, edificios o puntos de venta.	Mandatory UPDATED One or both of the below: Digital Image/s Film (for digital sites) Optional Digital Image/s in situ — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1807 Interactive Sites Poster Advertising SM Cartelería que busca la interacción con el espectador, por ejemplo, a través de actualizaciones en directo, interacción física o acciones en redes sociales.	Mandatory UPDATED One or both of the below: Digital Image/s Film (for digital sites) Optional Digital Image/s in situ — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
1808 Tactical Poster Advertising SM Cartelería publicitaria de respuesta rápida que usa la notoriedad generada por una noticia o evento para generar la máxima cobertura posible para la marca. Incluye newsjacking, publicidad en tiempo real y anuncios basados en situaciones específicas.	Mandatory UPDATED One or both of the below: Digital Image/s Film (for digital sites) Optional Digital Image/s in situ — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and for how long? See [page 75](#) for more information.



Advertising:

Press & Outdoor



Entry Prices	
Single S	Multi M
super early bird £270, €432, \$540	super early bird £450, €720, \$900
early bird £300, €480, \$600	early bird £500, €800, \$1000
standard £360, €576, \$720	standard £600, €960, \$1200

Subcategory		Submission Formats f
1809	<p>Poster Advertising Campaigns M</p> <p>Campañas de cartelería publicitaria que usan formatos libres o ubicaciones existentes. Puede incluir sitios digitales (por ejemplo, vallas, marquesinas y carteles digitales) o ubicaciones no convencionales (por ejemplo, vehículos, edificios o puntos de venta).</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One or both of the below:</p> <p>Digital Image/s Film (for digital sites)</p> <p>Optional</p> <p>Digital Image/s in situ</p> <p>—</p> <p>M Max 10 pieces of work per entry</p>
1810	<p>Writing for Press & Outdoor Advertising S M</p> <p>Redacción para publicidad en prensa y exterior, incluyendo carteles, vallas, marquesinas, revistas, encartes, fajas y sobrecubiertas. Sólo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto asegura que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One or both of the below:</p> <p>Digital Image/s (for print ads and inserts & wraps) Film (for digital sites)</p> <p>—</p> <p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
1811	<p>Writing for Branded Editorial S M</p> <p>Textos de gran extensión redactados con fines promocionales, incluyendo artículos de marca, catálogos y artículos de blog. Sólo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto asegura que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One or both of the below:</p> <p>Digital Image/s URL (for digital elements)</p> <p>—</p> <p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
1812	<p>Print Innovation S M</p> <p>NEW Uso de nuevas tecnologías, materiales o técnicas para producir publicidad impresa innovadora.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>Digital Presentation Images</p> <p>Optional</p> <p>Presentation Film</p> <p>—</p> <p>S 1-5 images M 2-10 images</p>

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and for how long? See [page 75](#) for more information.

Advertising:

Radio & Audio

Anuncios y comunicaciones de marca que usan emisiones de radio, podcasts y otros canales de audio.

Entry Prices	
Single S	Multi M
super early bird £198, €317, \$396	super early bird £324, €518, \$648
early bird £220, €352, \$440	early bird £360, €576, \$720
standard £264, €422, \$528	standard £432, €691, \$864

Subcategory	Submission Formats f
<p>1901 Radio Adverts 0-30 seconds S Anuncios de radio independientes de menos de 30 segundos de duración.</p>	<p>Mandatory Audio — S 1 piece of work per entry</p>
<p>1902 Radio Adverts over 30 seconds S Anuncios de radio independientes de más de 30 segundos de duración.</p>	<p>Mandatory One of the below: Audio Audio + 3 min edit (for ads over 4 mins) — S 1 piece of work per entry</p>
<p>1903 Radio Advertising Campaigns M Campañas de publicidad en radio.</p>	<p>Mandatory One of the below: Audio Audio + 3 min edit (for ads over 4 mins) — M Max 10 pieces of work per entry</p>
<p>1904 Tactical Radio & Audio Advertising SM Publicidad de respuesta rápida que reacciona a las noticias y eventos de actualidad, usando la popularidad de una noticia para generar la máxima cobertura posible para la marca. Incluye newsjacking, publicidad en tiempo real y anuncios basados en situaciones específicas.</p>	<p>Mandatory One of the below: Audio Audio + 3 min edit (for ads over 4 mins) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
<p>1905 Use of Branded Audio SM Contenido de audio buscado y compartido por el público en el que la marca, el producto, el servicio o la empresa es una parte integral de la historia o la experiencia.</p>	<p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
<p>NEW 1906 Use of Podcasts SM Publicidad que integra la marca en un episodio o serie de episodios de un podcast, ya sea a través del casting, el posicionamiento o las actuaciones. Puede incluir medios de pago, ganados o propios. Los guiones de podcasts deben presentarse en la categoría Writing for Podcasts.</p>	



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and for how long? **For relevant categories:** Instructions. See [page 75](#) for more information.

Key Information:

Sonic Branding should be entered into the Branding category (see [page 34](#)).

Advertising:

Radio & Audio



Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £198, €317, \$396	<i>super early bird</i> £324, €518, \$648
<i>early bird</i> £220, €352, \$440	<i>early bird</i> £360, €576, \$720
<i>standard</i> £264, €422, \$528	<i>standard</i> £432, €691, \$864

Subcategory		Submission Formats f
1907	<p>Creative Use of Technology SM</p> <p>Trabajos que usan la tecnología de manera creativa para transmitir el mensaje de una marca mediante sonidos. Incluye el uso de activación por voz, asistentes virtuales, transmisores FM, aplicaciones, datos y grabación binaural.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One of the below:</p> <p>Audio Audio + 3 min edit (for ads over 4 mins)</p> <p>Optional Presentation Film</p> <p>—</p> <p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
1908	<p>Writing for Podcasts SM</p> <p>NEW</p> <p>Redacción o creación de guiones para un episodio de podcast. Puede tratarse de un episodio entero o de secciones del mismo. Sólo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto asegura que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One of the below:</p> <p>Audio + PDF of script Audio + 3 min edit (for ads over 4 mins) + PDF of script</p> <p>—</p> <p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
1909	<p>Writing for Radio & Audio SM</p> <p>Redacción para anuncios de radio y contenido de audio, incluyendo streaming. Los guiones de podcasts deben presentarse en la categoría Writing for Podcasts. Sólo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto asegura que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.</p>	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and for how long? **For relevant categories:** Instructions. See [page 75](#) for more information.

Key Information:

Sonic Branding should be entered into the Branding category (see [page 34](#)).

Design:

Book Design

Diseño de libros y portadas. Incluye libros impresos, digitales y electrónicos, así como "libros conectados" que funcionan en conjunto con una aplicación.

Entry Prices

Single **S**

super early bird
£99, €158, \$198

early bird
£110, €176, \$220

standard
£132, €211, \$264

Multi **M**

super early bird
£171, €274, \$342

early bird
£190, €304, \$380

standard
£228, €365, \$456

Subcategory		Submission Formats f
2001	Children's Picture Books S M NEW Libros infantiles, incluyendo entre otros: desplegados, con solapas, ficción y no ficción.	Mandatory UPDATED Physical Material OR Digital Image/s (if unable to provide physical material) URL (for digital elements) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
2002	Children's Picture Book Covers S M NEW Diseño de portadas de libros infantiles, incluyendo entre otros: desplegados, con solapas, ficción y no ficción.	
2003	Fiction Books S M Libros juveniles y para adultos.	
2004	Fiction Covers S M Diseño de portadas de libros juveniles y para adultos.	
2005	Trade Books S M Libros de editoriales comerciales, disponibles en los canales de venta tradicionales. Ficción y no ficción generales.	
2006	Trade Covers S M Diseño de portadas para libros de editoriales comerciales.	
2007	Culture, Art & Design Books S M Libros centrados en arte, cultura, diseño, moda, estilo de vida y fotografía. Por ejemplo, libros de gran formato ilustrados, anuarios y libros de diseño, moda y cocina.	
2008	Culture, Art & Design Covers S M Diseño de portadas de libros centrados en arte, cultura, diseño, moda, estilo de vida y fotografía. Por ejemplo, libros de gran formato ilustrados, anuarios y libros de diseño, moda y cocina.	
2009	Specialist Books S M Libros de temas especializados como salud, ciencia y deportes.	
2010	Specialist Covers S M Diseño de portadas para libros de temas especializados como salud, ciencia y deporte.	
2011	Illustrated Books & Graphic Novels S M Libros donde las ilustraciones son un componente clave del diseño, por ejemplo novelas gráficas, cómics, libros para colorear, manuales y guías de viaje.	
2012	Illustrated Books & Graphic Novel Covers S M Diseño de portadas de libros donde las ilustraciones son un componente clave del diseño, por ejemplo novelas gráficas, cómics, libros para colorear, manuales y guías de viaje.	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context, Instructions, Print run, Distribution location. **For relevant categories:** Cost per unit to produce, Retail price. See [page 75](#) for more information.



Design:

Book Design



Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £99, €158, \$198	<i>super early bird</i> £171, €274, \$342
<i>early bird</i> £110, €176, \$220	<i>early bird</i> £190, €304, \$380
<i>standard</i> £132, €211, \$264	<i>standard</i> £228, €365, \$456

Subcategory		Submission Formats f
2013	Limited Edition & Fine Binding Books SM Libros fabricados con un alto nivel de artesanía o materiales de alta calidad. También incluye libros de edición limitada con impresiones de tirada reducida (normalmente menos de 1000 copias).	Mandatory UPDATED Physical Material OR Digital Image/s (if unable to provide physical material) URL (for digital elements) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
2014	Limited Edition & Fine Binding Covers SM Diseño de portadas para libros fabricados con un alto nivel de artesanía o materiales de alta calidad. También incluye libros de edición limitada con impresiones de tirada reducida (normalmente menos de 1000 copias).	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context, Instructions, Print run, Distribution location. **For relevant categories:** Cost per unit to produce, Retail price. See [page 75](#) for more information.

Design:

Branding

Diseño de elementos de marca individuales e identidades de marca completas, por ejemplo actualizaciones de marca, ‘naming’, tono de voz, branding auditivo, activaciones de marca y branding para canales de televisión.

Entry Prices

Single S

super early bird
£198, €317, \$396

early bird
£220, €352, \$440

standard
£264, €422, \$528

Multi M

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Subcategory		Submission Formats
2101	New Branding Schemes M Identidad de marca completa para una empresa, producto o servicio nuevos. El trabajo debe transmitir la marca a través de múltiples plataformas. Incluye identidades de marca de organizaciones de todos los tamaños, desde menos de 10 hasta más de 250 empleados. Los tabloncillos de presentación no deben repetir imágenes de materiales facilitados en otros formatos.	Mandatory UPDATED Digital Presentation Images (1-10) Optional One or more of the following: Presentation Film URL Film Audio
2102	Brand Refresh M Actualización o renovación de una marca, organización, producto o servicio existentes. El trabajo debe transmitir la marca a través de múltiples plataformas. Incluye identidades de marca de organizaciones de todos los tamaños, desde menos de 10 hasta más de 250 empleados. Los tabloncillos de presentación no deben repetir imágenes de materiales facilitados en otros formatos.	
2103	Campaign Branding & Identity M Identidades de canal completas o elementos de las mismas, p. ej. cortinillas o idents. Esta categoría no incluye el branding de programas de TV individuales, que deben presentarse en la categoría Multiplatform TV Branding & Promotions.	
2104	Logos S Logotipos individuales o familias de logotipos. Pueden ser estáticos, animados o ambos.	Mandatory UPDATED One or both of the below: Film Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
2105	Campaign Logos S Logotipos individuales o familias de logotipos creados para una campaña de publicidad o marketing específicas. Pueden ser estáticos, animados o ambos.	
2106	Brand Expression in Print SM Comunicaciones de marca impresas. Por ejemplo, material de papelería, catálogos, manuales de marca y paquetería. Esta categoría no incluye carteles o anuncios impresos, que deben presentarse en la categoría Press & Outdoor.	Mandatory UPDATED Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
2107	Brand Expression in Moving Image SM Trabajos de imágenes de marca en movimiento. Por ejemplo, vídeos mostrados en vuelos, en presentaciones corporativas, en idents y entre programas de televisión. Esta categoría no incluye los anuncios de televisión y cine, que deben presentarse en la categoría Film Advertising.	
2108	Channel Branding & Identity SM Identidades de canal completas o elementos de las mismas, p. ej. cortinillas o idents. Esta categoría no incluye el branding de programas de TV individuales, que deben presentarse en la categoría Multiplatform TV Branding & Promotions.	Mandatory Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
2109	Multiplatform TV Branding & Promotions M Branding para canales de TV o programas integrado en varias plataformas, p. ej. medios impresos, web y TV. Esta categoría no incluye idents únicos, que deben presentarse en la categoría Channel Branding & Identity.	



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions. See page 75 for more information.

Design:

Branding



Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £198, €317, \$396	<i>super early bird</i> £360, €576, \$720
<i>early bird</i> £220, €352, \$440	<i>early bird</i> £400, €640, \$800
<i>standard</i> £264, €422, \$528	<i>standard</i> £480, €768, \$960

Subcategory	Submission Formats f
<p>2110 Digital Brand Expression SM</p> <p>Branding en plataformas digitales. Por ejemplo, sitios web, aplicaciones y juegos. Esta categoría no incluye anuncios para móviles o digitales, que deben presentarse en la categoría Digital.</p>	<p>Mandatory</p> <p>URL</p> <p>Optional</p> <p>Presentation Film</p> <p>—</p> <p>S 1 piece of work per entry</p> <p>M Max 10 pieces of work per entry</p>
<p>2111 Sonic Branding SM</p> <p>Branding auditivo que aparecen en varios puntos de contacto con el cliente para contar la historia de una marca. Incluye logotipos sonoros, sonidos o piezas musicales creados específicamente para marcas.</p>	<p>Mandatory</p> <p>Audio</p> <p>Optional</p> <p>Presentation Film</p> <p>—</p> <p>S 1 piece of work per entry</p> <p>M Max 10 pieces of work per entry</p>
<p>2112 Brand Activation SM</p> <p>NEW</p> <p>Experiencias y activaciones que animan a los clientes a interactuar con las marcas, por ejemplo, instalaciones efímeras y eventos.</p>	<p>Mandatory</p> <p>Presentation Film</p>
<p>2113 Naming S</p> <p>Nombre de una empresa o producto, ya sea de nueva creación o una actualización de una marca existente. El jurado valorará la percepción del nombre por parte del público objetivo.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One or more of the below:</p> <p>Digital Image/s</p> <p>URL</p> <p>Film</p>
<p>2114 Tone of Voice S</p> <p>Personalidad de una marca o empresa expresada a través de la palabra escrita y hablada. El trabajo puede ser tanto impreso como digital. Puede ser para una nueva marca o como parte de la actualización de una marca existente.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One or more of the below:</p> <p>Digital Image/s</p> <p>URL</p> <p>Film</p> <p>+</p> <p>PDF of Tone of Voice Guidelines</p>



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions. See [page 75](#) for more information.

Design:

Design Transformation

Pensamiento de diseño ('Design Thinking') que impulsa el cambio empresarial, lo que lleva a la transformación de productos y servicios existentes, o la creación de otros nuevos. Los proyectos inscritos deberán haber abordado la transformación de diseño de manera integral en toda la empresa, incluyendo la forma en la que operan las marcas y cómo gestionan la participación ('engagement') del cliente.

Entry Prices

Single 🇸

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Subcategory		Submission Formats 🇮
2201	Digital Transformation 🇸 NEW Pensamiento de diseño (Design Thinking) en el que lo digital y la tecnología están en el centro de la solución que impulsa la transformación empresarial. Incluye el uso de tecnologías nuevas o existentes, así como productos y servicios digitales.	Mandatory Presentation Film Optional URL PDF
2202	Customer Experience Transformation 🇸 NEW Pensamiento de diseño (Design Thinking) que ha llevado a transformar la experiencia del cliente, mejorando el viaje del cliente para impulsar la transformación empresarial. Los trabajos presentados deberán demostrar su influencia en los puntos de contacto físicos y digitales.	
2203	Operational Transformation 🇸 NEW Pensamiento de diseño (Design Thinking) que usa la transformación operacional para impulsar la transformación empresarial. Por ejemplo, optimización de procesos internos, comunicación del personal y soluciones para la eficiencia operativa.	
2204	Holistic Design Transformation 🇸 NEW Pensamiento de diseño (Design Thinking) que ha llevado a una transformación empresarial holística. Los trabajos presentados deberán demostrar cómo la transformación ha impulsado el cambio en la empresa, el personal y los clientes.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Design Solution, Cultural Context, Results, Instructions. See [page 75](#) for more information.

Design:

Digital Design

Diseño, desarrollo y aplicación de productos digitales, así como diseño basado en servicios y tecnología. Incluye, entre otros: sitios web, aplicaciones, productos conectados, juegos, experiencias digitales y diseño de servicios.

Entry Prices

Single

super early bird
£243, €389, \$486

early bird
£270, €432, \$540

standard
£324, €518, \$648

Subcategory		Submission Formats
2301 Digital Products	NEW Ejecución global de un producto digital o de elementos del mismo, incluyendo la interfaz de usuario (UI), experiencia de usuario (UX), navegación, adaptabilidad, estructura y diseño visual. Los productos digitales incluyen, entre otros, sitios web, aplicaciones y plataformas.	Mandatory URL Optional Presentation Film
2302 Connected Experiences	Diseño aplicado a puntos de contacto conectados, más allá de la web y móviles. Incluye dispositivos para el hogar, tecnología vestible y sensores. El jurado valorará la ejecución global, la capacidad del dispositivo para mejorar la eficiencia para el usuario y, cuando sea apropiado, la interfaz de usuario (UI), experiencia de usuario (UX), navegación, adaptabilidad, estructura y diseño visual.	Mandatory Presentation Film Optional URL Physical Material
2303 Immersive Experiences	Experiencias digitales multisensoriales que crean entornos inmersivos. Pueden ser interactivas o no. Incluye realidad aumentada (AR) y virtual (VR), instalaciones y proyecciones. El jurado valorará la ejecución global y, cuando sea apropiado, la interfaz de usuario (UI), experiencia de usuario (UX), navegación, adaptabilidad, estructura y diseño visual.	
2304 Game Design	Diseño y experiencias de juego exitosas en todos los campos creativos y técnicos, que crean una experiencia de juego intuitiva, innovadora y fluida. Se aceptan juegos de todos los géneros. Incluye elementos virtuales, inmersivos, de realidad aumentada(AR) , web y móviles.	Mandatory URL Optional Physical Material
2305 Incremental Design	Plataforma, sitio web o aplicación previamente existente que se ha sometido a actualizaciones de software continuas. Debe mostrar claramente el cambio incremental a lo largo del tiempo y enseñar ejemplos de funcionalidades nuevas. El jurado valorará la ejecución global y, cuando sea apropiado, la interfaz de usuario (UI), experiencia de usuario (UX), navegación, adaptabilidad, estructura y diseño visual.	Mandatory URL Optional Presentation Film
2306 Service Digitisation	NEW Diseño de servicios que toma como base un servicio análogo y lo reproduce de manera digital. Para servicios nuevos o existentes. Puede incluir puntos de contacto no digitales, que los participantes deben ser capaces de mostrar.	
2307 New Service Design & Activation	NEW Diseño, lanzamiento y escalado de un nuevo servicio digital. Puede incluir puntos de contacto no digitales, que los participantes deben ser capaces de mostrar.	
2308 Service Design Relaunch	NEW Diseño de servicios existente que ha sido relanzado o actualizado. Puede incluir puntos de contacto no digitales, que los participantes deben ser capaces de mostrar.	



You will be asked to provide the following information online:

Brief, Design Solution, Cultural Context, Instructions. See page 75 for more information.

Design:

Digital Design



Entry Prices

Single ☹

super early bird
£243, €389, \$486

early bird
£270, €432, \$540

standard
£324, €518, \$648

Subcategory		Submission Formats ⓘ
2309	New Use of Technology ☹ Uso de la tecnología para mejorar un producto, servicio o experiencia de usuario digital, o para crear diseños que amplían los límites de lo digital. Incluye, entre otros, contenidos virtuales, inmersivos, de realidad aumentada (AR) o basados en dispositivos.	Mandatory URL Optional Presentation Film
2310	NEW Creative Use of Data ☹ Uso de datos para dar forma al pensamiento de diseño ('design thinking') o mejorar la experiencia del usuario.	
2311	Writing for Digital Design ☹ Redacción para cualquier producto o plataforma digital que forme parte fundamental del diseño y mejore el viaje o la experiencia del usuario. Sólo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto asegura que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.	Mandatory URL

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Design Solution, Cultural Context, Instructions. See [page 75](#) for more information.

Design:

Graphic Design

Diseño visual comercial en carteles, papelería, fundas de discos, señalética, sitios web, apps, plataformas digitales, visualización de datos.

Entry Prices	
Single S	Multi M
super early bird £108, €173, \$216	super early bird £180, €288, \$360
early bird £120, €192, \$240	early bird £200, €320, \$400
standard £144, €230, \$288	standard £240, €384, \$480

Subcategory	Submission Formats f
<p>2401 Integrated Graphics M</p> <p>Donde un único concepto de diseño gráfico es aplicado a múltiples formatos. El jurado valorará la comunicación visual efectiva en todos los formatos.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>Submit work in the format it was commercially released. Choose from two or more of the below:</p> <p>Mounted Poster/s (up to A1) Unmounted Poster/s (larger than A1 or double sided) Physical Material Digital Image/s (if unable to provide physical material) URL Film</p> <p>Optional</p> <p>A2 Presentation Boards (1-4)</p>
<p>2402 Posters SM</p> <p>Cartelería basada en gráficos, tanto impresa como digital. Puede ser a una cara o a doble cara.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One of the below:</p> <p>Mounted Poster/s (up to A1) Unmounted Poster/s (larger than A1 or double sided) Digital Image/s (if unable to provide physical material) Film (for digital sites)</p> <p>—</p> <p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry (contact us if you have more than 10 posters)</p>
<p>2403 Point of Sale SM</p> <p>Materiales promocionales en el punto de venta. Esta categoría no incluye carteles, que deben presentarse en la categoría Graphic Design/Posters.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One of the below:</p> <p>A2 Presentation Boards Digital Presentation Images</p> <p>—</p> <p>S 1-2 boards or 1-5 images M 2-6 Boards or 2-10 images</p>
<p>2404 Signage & Environmental Graphics M</p> <p>Carteles, señales y gráficos informativos. También incluye el diseño gráfico que mejora un espacio, normalmente a gran escala, como los gráficos ambientales para exposiciones, hospitales, oficinas y tiendas.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One of the below:</p> <p>Physical Material Digital Image/s (if unable to provide physical material)</p>
<p>2405 Stationery S</p> <p>Diseño de catálogos, folletos, manuales, manuales de instrucciones y guías de referencia.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One of the below:</p> <p>Physical Material Digital Image/s (if unable to provide physical material)</p>



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions. See page 75 for more information.

Design:

Graphic Design



Entry Prices	
Single S	Multi M
super early bird £108, €173, \$216	super early bird £180, €288, \$360
early bird £120, €192, \$240	early bird £200, €320, \$400
standard £144, €230, \$288	standard £240, €384, \$480

Subcategory	Submission Formats f
<p>2406 Catalogues & Brochures S M Diseño de material de papelería. Puede incluir tarjetas de felicitación, invitaciones, sellos y calendarios.</p>	<p>Mandatory UPDATED One of the below: Physical Material Digital Image/s (if unable to provide physical material)</p>
2407 Direct Mail S M	
2408 Record Sleeves & Album Covers S M	
2409 Applied Print Graphics S M Diseño gráfico de elementos que no encajan en otras categorías de diseño gráfico, como entradas, menús, tazas, bolsas de la compra, ropa o monedas.	
2410 Printed Games S M Por ejemplo, cartas o juegos de mesa.	
2411 Moving Image S M Diseño gráfico de imágenes en movimiento offline. Por ejemplo, escenarios, presentaciones y señalética animada. No incluye trabajos que solo hayan sido emitidos como anuncios en televisión o cine.	<p>Mandatory Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
2412 Digital Platforms & Websites S Diseño gráfico de plataformas digitales y sitios web. Se juzgarán los elementos gráficos, no la experiencia ni la interfaz de usuario. Para participar, envía una URL que esté disponible para el público y accesible desde el Reino Unido hasta junio de 2019.	<p>Mandatory URL — S 1 piece of work per entry</p>
2413 Apps S NEW Diseño gráfico para aplicaciones. Se juzgarán los elementos gráficos, no la experiencia o la interfaz de usuario. Para participar, envía una URL que esté disponible para el público y accesible desde el Reino Unido hasta junio de 2019.	
2414 Data Visualisation S M Trabajos impresos o digitales que dan vida a los datos a través de visualizaciones. La representación de los datos debe conseguir que estos sean más claros o fáciles de entender que en otros medios.	<p>Mandatory UPDATED Physical Material OR Digital Images (if unable to provide physical material) URL (for digital elements) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
2415 Annual Reports S	



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions. See page 75 for more information.

Design:

Graphic Design



Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £108, €173, \$216	<i>super early bird</i> £180, €288, \$360
<i>early bird</i> £120, €192, \$240	<i>early bird</i> £200, €320, \$400
<i>standard</i> £144, €230, \$288	<i>standard</i> £240, €384, \$480

Subcategory		Submission Formats f
2416	<p>Self Promotion S M</p> <p>Diseño gráfico creado por el participante para promocionar y dar publicidad a sus propios servicios.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>Submit work in the format it was commercially released.</p> <p>Choose from one or more of the below:</p> <p>Mounted Poster/s (up to A1) Unmounted Poster/s (larger than A1 or double sided) Physical Material Digital Image/s URL Film —</p> <p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
2417	<p>Writing for Graphic Design S M</p> <p>Redacción de textos en una pieza de diseño gráfico que ayuda a expresar la idea creativa. Sólo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto asegura que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>Submit work in the format it was commercially released.</p> <p>Choose from one or more of the below:</p> <p>Mounted Poster/s (up to A1) Unmounted Poster/s (larger than A1 or double sided) Physical Material Poster/s Mounted Digital Image/s Film URL —</p> <p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p> <p>For point of sale, signage and environmental graphics:</p> <p>A2 Presentation Boards (1-6)</p>

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: *Brief, Design Solution, Cultural Context.* **For relevant categories:** *Instructions.* See [page 75](#) for more information.

Design:

Magazine & Newspaper Design

Diseño de revistas y periódicos o de elementos de los mismos. Incluye publicaciones tanto digitales como impresas.

Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £32, €50, \$63	<i>super early bird</i> £68, €108, \$135
<i>early bird</i> £35, €56, \$70	<i>early bird</i> £75, €120, \$150
<i>standard</i> £42, €67, \$84	<i>standard</i> £90, €144, \$180

Subcategory		Submission Formats f
2501	Trade Magazines S M Revistas B2B o relacionadas con un sector u oficio específicos.	Mandatory UPDATED Physical Material OR Digital Images (if unable to provide physical material) URL (for digital elements) — S 1 piece of work per entry M Max 12 pieces of work per entry
2502	Consumer Magazines S M Revistas dirigidas a los consumidores y disponibles en los principales puntos de venta. Las revistas de editoriales independientes deben presentarse en la categoría Independent Magazines.	
2503	Independent Magazines S M Revistas de propiedad independiente, incluyendo revistas disponibles solo en ciertas tiendas o con una tirada reducida.	
2504	Magazine Front Covers S M	
2505	Magazine Spreads & Sections S M Sección o doble página de una revista. Las dobles páginas deben estar compuestas por páginas adyacentes que funcionen como una sola unidad.	
2506	Entire Newspapers S M	
2507	Newspaper Front Covers S M	
2508	Newspaper Spreads & Sections S M Sección o doble página de un periódico. Las dobles páginas deben estar compuestas por páginas adyacentes que funcionen como una sola unidad.	
2509	Magazine Supplements S M	
2510	Newspaper Supplements S M	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Design Solution, Cultural Context, Instructions, Print run, Distribution location, How often is the work published? See [page 75](#) for more information.

Key Information:

This category is not for press adverts, please enter these into the Press & Outdoor category.

Design:

Packaging Design

Diseño de paquetería innovador de cualquier tipo: estructural, de lujo, sostenible y más. Para cualquier tipo de producto, especializado o convencional.

Entry Prices

Single **S**

super early bird
£108, €173, \$216

early bird
£120, €192, \$240

standard
£144, €230, \$288

Multi **M**

super early bird
£180, €288, \$360

early bird
£200, €320, \$400

standard
£240, €384, \$480

Subcategory		Submission Formats f
2601	Luxury S M Paquetería (Packaging) para marcas o artículos de lujo.	Mandatory UPDATED One of the below: Physical Material Digital Image/s (if unable to provide physical material) Optional Digital Image/s of packaging in situ — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
2602	Limited Edition S M NEW Paquetería (Packaging) para ediciones limitadas de un producto o de un paquete. El packaging debe haber estado a la venta. En caso contrario, debe presentarse en la categoría Promotional.	
2603	Consumer S M Diseño de packaging para bienes de consumo de alta rotación (FMCGs), electrónica de consumo y otros productos disponibles en espacios comerciales generales.	
2604	Rebrand S M NEW Actualización de marca de un producto o gama de productos existente.	
2605	Inclusive S M Diseño de packaging accesible para una variedad de usuarios, independientemente de su capacidad, edad, género u otras características demográficas. Por ejemplo, pueden usar gráficos fáciles de leer, contar con un sistema de bisagras o poder abrirse con una sola mano.	
2606	Structural S M Pieza de paquetería cuya forma se centra en la funcionalidad.	
2607	Sustainable S M Packaging basado en la sostenibilidad. Por ejemplo, todos los componentes del packaging se han fabricado de manera sostenible, o es reciclable, reutilizable, refrabricado o renovado, o su longevidad reduce la cantidad de residuos generados.	
2608	Promotional S M Packaging distribuido como parte de un evento promocional, stunt o campaña de marketing. Normalmente tiene una tirada reducida, no está a la venta y no tiene código de barras o identificador de venta.	
2609	Writing for Packaging Design S M Redacción de textos en una pieza de packaging o una gama de packaging que ayuda a expresar la idea creativa. Sólo para trabajos lanzados comercialmente en inglés. Esto asegura que la redacción se juzga de manera justa y no basándose en traducciones.	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context, Instructions, Size of the production run, Cost per unit to produce, How the work was displayed.

For relevant categories: Retail price of product. See [page 75](#) for more information.

Key Information:

With the exception of the Promotional category, all work entered must have been commercially sold with a barcode or sales identifier.

Design:

Product Design

Diseño de productos físicos comerciales. Desde artículos para el hogar hasta transporte, salud y más. El jurado valorará el diseño de producto innovador.

Entry Prices

Single S

super early bird
£180, €288, \$360

early bird
£200, €320, \$400

standard
£240, €384, \$480

Multi M

super early bird
£270, €432, \$540

early bird
£300, €480, \$600

standard
£360, €576, \$720

Subcategory		Submission Formats
2701	Homeware S M NEW Por ejemplo, muebles, asientos, luces, utensilios, productos tecnológicos conectados y objetos decorativos de uso doméstico.	Mandatory One of the below: Digital Image/s Presentation Film
2702	Everyday Consumer Products S M Por ejemplo, cepillos de dientes, secadores de pelo, bolígrafos y despertadores.	
2703	Leisure & Sports S M NEW Por ejemplo, equipamiento deportivo o de acampada, productos para mascotas y productos conectados para el seguimiento de la salud.	
2704	Consumer & Wearable Technology S M La tecnología de consumo incluye (entre otros) televisores y ocio doméstico, cámaras, teléfonos, ordenadores, consolas, dispositivos y accesorios. La tecnología vestible incluye (entre otros) auriculares, relojes, gafas, podómetros, equipos de realidad aumentada y productos conectados.	
2705	Assisted Living & Health S M NEW Incluye productos y tecnologías que ayudan a mejorar la calidad de vida a nivel personal para personas mayores o con discapacidades. También incluye productos de salud personal como termómetros inteligentes, sistemas de dosificación de medicamentos y herramientas de rehabilitación.	
2706	Workplace, Retail & Industrial S M NEW Productos diseñados para entornos profesionales, por ejemplo, fábricas, hospitales u oficinas. Incluye equipamiento médico y de salud, mobiliario, asientos, luz, accesorios, instrumentos de escritura y cualquier otro producto creado para usarse en el lugar de trabajo.	
2707	Public Space & Transport S M NEW Muebles y productos creados para entornos públicos, por ejemplo hoteles, parques, zonas de juegos, tiendas y restaurantes. Incluye iluminación urbana, accesorios y productos para autobuses, coches, aviación, trenes y barcos.	
2708	Sustainable S M Productos basados en la sostenibilidad. Por ejemplo, todos los componentes del producto se han fabricado de manera sostenible, o es reciclable, reutilizable, refrabricado o renovado, o su longevidad reduce la cantidad de residuos generados, por ejemplo, cápsulas de café reutilizables.	



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context, Instructions, Size of production run, Cost per unit to produce.

For relevant categories: Retail price. See [page 75](#) for more information.

Key Information:

All products entered must have been commercially sold, except for the Prototypes and Promotional categories. The Multi option is for more than one item (e.g. same product in different colours or sizes).

Design:

Product Design



Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £180, €288, \$360	<i>super early bird</i> £270, €432, \$540
<i>early bird</i> £200, €320, \$400	<i>early bird</i> £300, €480, \$600
<i>standard</i> £240, €384, \$480	<i>standard</i> £360, €576, \$720

Subcategory	Submission Formats
<p>2709 Prototypes S M</p> <p>Prototipos de productos comercialmente viables, con una aplicación práctica y que puedan lanzarse al mercado en el plazo de seis meses. Los productos presentados en esta categoría solo pueden recibir premios hasta el nivel de Wood Pencil y no pueden presentarse en otras categorías de Product Design.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One of the below:</p> <p>Digital Image/s</p> <p>Presentation Film</p>
<p>2710 Inclusive S M</p> <p>Productos accesibles para una variedad de usuarios, independientemente de su capacidad, edad, género u otras características demográficas. Por ejemplo, el producto puede tener funciones fáciles de utilizar o poder usarse con una sola mano.</p>	
<p>2711 Promotional S M</p> <p>NEW</p> <p>Productos distribuidos como parte de un evento promocional, stunt o campaña de marketing. Normalmente tienen una producción reducida y no están a la venta ni disponibles de manera comercial.</p>	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context, Instructions, Size of production run, Cost per unit to produce.

For relevant categories: Retail price. See [page 75](#) for more information.

Key Information:

All products entered must have been commercially sold, except for the Prototypes and Promotional categories. The Multi option is for more than one item (e.g. same product in different colours or sizes).

Design:

Spatial Design

Diseño de entornos o instalaciones permanentes y temporales. Incluye lugares, servicios y eventos que mejoren la experiencia del consumidor.

Entry Prices

Single 

super early bird
£180, €288, \$360

early bird
£200, €320, \$400

standard
£240, €384, \$480

Subcategory		Submission Formats 
2801	Exhibition Design  Diseño de exposiciones permanentes o temporales.	Mandatory One of the below: Images (1-10) Presentation Film
2802	Installation Design  Instalaciones temporales o permanentes para clientes comerciales. Pueden ser interactivas o no, individuales o parte de una exposición más amplia. También incluye entornos completamente inmersivos. Esta categoría no incluye la publicidad ambiental o los trabajos basados únicamente en la web.	
2803	Hospitality Design  Incluye, entre otros, hoteles, clubs nocturnos, bares y restaurantes.	
2804	Workplace Design  NEW Oficinas y lugares de trabajo.	
2805	Retail Design  Diseño de espacios comerciales, incluyendo tiendas efímeras (pop-ups) y permanentes, merchandising visual y escaparates. Las instalaciones comerciales independientes deben presentarse en la categoría Installation Design.	
2806	Set & Stage Design  Diseño de escenarios para teatro, películas o televisión, así como para dar apoyo a eventos corporativos o comerciales.	
2807	Expo & Trade Show Design  Diseño de stands comerciales y exposiciones. Esta categoría no incluye el diseño de exhibiciones.	
2808	Design for Public Spaces  Incluye, entre otros, bibliotecas, centros de ocio, museos, hospitales, lugares de culto, parques, baños públicos y edificios gubernamentales.	
2809	Low Budget  Diseño de espacios creados con un presupuesto inferior a £100,000 o el equivalente del mercado nacional. Incluye -sin estar limitado a- diseño de exhibiciones, pop-ups, instalaciones, sets, escenarios, exposiciones, ferias.	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Design Solution, Cultural Context. **For category 2809:** Budget. See [page 75](#) for more information.

Key Information:

Each piece of work can only be entered into one of the Spatial Design Categories.

Craft:

Animation

Animaciones de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial, juegos y publicidad, en los que la ejecución da vida a la idea creativa.

Entry Prices

Single **S**

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Multi **M**

super early bird
£608, €972, \$1215

early bird
£675, €1080, \$1350

standard
£810, €1296, \$1620

Subcategory		Submission Formats f
3001	2D Animation SM Incluye banners, elementos emergentes, herramientas digitales, juegos, anuncios en redes sociales, sitios web, aplicaciones, contenido de marca de larga duración, vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, promoción de programas de televisión y títulos de crédito.	Mandatory One of the below: URL Film Film + 3 min edit (for films over 4 mins) <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3002	Stylised 2D/3D Animation SM Incluye banners, elementos emergentes, herramientas digitales, juegos, anuncios en redes sociales, sitios web, aplicaciones, contenido de marca de larga duración, vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, promoción de programas de televisión y títulos de crédito.	
3003	Stop Frame Animation SM Incluye banners, elementos emergentes, herramientas digitales, juegos, anuncios en redes sociales, sitios web, aplicaciones, contenido de marca de larga duración, vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, promoción de programas de televisión y títulos de crédito.	
3004	Motion Graphics SM Incluye banners, elementos emergentes, herramientas digitales, juegos, anuncios en redes sociales, sitios web, aplicaciones, contenido de marca de larga duración, vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, promoción de programas de televisión y títulos de crédito.	
3005	Character Animation SM Incluye banners, elementos emergentes, herramientas digitales, juegos, anuncios en redes sociales, sitios web, aplicaciones, contenido de marca de larga duración, vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, promoción de programas de televisión y títulos de crédito.	
3006	Visual Effects Animation SM Incluye banners, elementos emergentes, herramientas digitales, juegos, anuncios en redes sociales, sitios web, aplicaciones, contenido de marca de larga duración, vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, promoción de programas de televisión y títulos de crédito.	
3007	Mixed Media Animation SM Incluye banners, elementos emergentes, herramientas digitales, juegos, anuncios en redes sociales, sitios web, aplicaciones, contenido de marca de larga duración, vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, promoción de programas de televisión y títulos de crédito.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and how long for? See [page 75](#) for more information.

Craft:

Casting

Casting de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución da vida a la idea creativa. Incluye casting para trabajos impresos, de vídeo y de audio.

Entry Prices

Single **S**

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Multi **M**

super early bird
£608, €972, \$1215

early bird
£675, €1080, \$1350

standard
£810, €1296, \$1620

Subcategory		Submission Formats f
3101	Film Advertising SM Casting para cualquier tipo de publicidad con imágenes de movimiento, incluyendo vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, títulos de crédito y promociones de programas de televisión.	Mandatory One of the below: Film Film + 3 min edit (for films over 4 mins) <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3102	Use of Street Casting SM Trabajos en los que el uso de la voz tiene un papel fundamental. Incluye presentadores de continuidad y narración de anuncios para radio, vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, promociones de programas y títulos de crédito.	Mandatory One of the below: Audio Audio + 3 min edit (for audio over 4 mins) Film Film + 3 min edit (for films over 4 mins) <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3103	Voice Performance SM Casting que usa actores no profesionales, normalmente encontrados en la calle. Incluye vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, títulos de crédito y promoción de programas de televisión.	Mandatory One of the below: Audio Audio + 3 min edit (for audio over 4 mins) Film Film + 3 min edit (for films over 4 mins) <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3104	Casting for Print SM Casting para trabajos impresos, incluyendo anuncios impresos, libros, carteles y packaging.	Mandatory Digital Image/s <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context. See [page 75](#) for more information.

Craft:

Cinematography

Cinematografía de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución ayuda a expresar la idea creativa.

Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £360, €576, \$720	<i>super early bird</i> £608, €972, \$1215
<i>early bird</i> £400, €640, \$800	<i>early bird</i> £675, €1080, \$1350
<i>standard</i> £480, €768, \$960	<i>standard</i> £810, €1296, \$1620

Subcategory		Submission Formats f
3201	Film Advertising S M Cinematografía de cualquier tipo de publicidad con imágenes de movimiento, incluyendo vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, títulos de crédito y promociones de programas de televisión.	Mandatory One of the below: Film Film + 3 min edit (for films over 4 mins) <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3202	Entertainment S M Cinematografía para contenido de marca, ya sea de ficción o no ficción, de cualquier duración.	
3203	On-Air Branding S M Incluye promociones de programas de televisión y películas, títulos de crédito de televisión y cine, idents y cortinillas.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Use of Cinematography, Where did the work run and how long for? See [page 75](#) for more information.

Craft:

Direction

Dirección de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución ayuda a expresar la idea creativa.

Entry Prices

Single **S**

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Multi **M**

super early bird
£608, €972, \$1215

early bird
£675, €1080, \$1350

standard
£810, €1296, \$1620

Subcategory		Submission Formats f
3301	Film Advertising SM Dirección de cualquier tipo de publicidad con imágenes de movimiento, incluyendo vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, títulos de crédito y promociones de programas de televisión.	Mandatory One of the below: Film Film + 3 min edit (for films over 4 mins) <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3302	Entertainment – Fiction SM Dirección de obras de ficción de cualquier duración en las que la marca es una parte integral de la historia. Incluye contenidos de vídeo publicados online, en televisión o en cines, incluyendo vídeo bajo demanda (VOD) y streaming.	
3303	Entertainment – Non Fiction SM Dirección de obras de no ficción de cualquier duración (obras no guionizadas, documentales o realities) en las que la marca es una parte integral de la historia. Incluye vídeos virales e interactivos y contenidos en vídeo emitidos online, en televisión o en cines, incluyendo vídeo bajo demanda (VOD) y contenidos en streaming.	
3304	On-Air Branding SM Incluye promociones de programas de televisión y películas, títulos de crédito de televisión y cine, idents y cortinillas.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Where did the work run and how long for? See [page 75](#) for more information.

Craft:

Editing

Edición de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución ayuda a expresar la idea creativa.

Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £360, €576, \$720	<i>super early bird</i> £608, €972, \$1215
<i>early bird</i> £400, €640, \$800	<i>early bird</i> £675, €1080, \$1350
<i>standard</i> £480, €768, \$960	<i>standard</i> £810, €1296, \$1620

Subcategory		Submission Formats f
3401	Film Advertising SM Edición de cualquier tipo de publicidad con imágenes de movimiento, incluyendo vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, títulos de crédito y promociones de programas de televisión.	Mandatory One of the below: Film Film + 3 min edit (for films over 4 mins) <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3402	Entertainment SM Edición para contenido de marca, ya sea de ficción o no ficción, de cualquier duración.	
3403	On-Air Branding SM Incluye promociones de programas de televisión y películas, títulos de crédito de televisión y cine, idents y cortinillas.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Use of Editing, Where did the work run and for how long? See [page 75](#) for more information.

Craft:

Illustration

Ilustraciones de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución da vida a la idea creativa. Incluye obras digitales, en vídeo, impresas y ambientales.

Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £77, €122, \$153	<i>super early bird</i> £153, €245, \$306
<i>early bird</i> £85, €136, \$170	<i>early bird</i> £170, €272, \$340
<i>standard</i> £102, €163, \$204	<i>standard</i> £204, €326, \$408

Subcategory		Submission Formats f
3501	Posters SM Cartelería basada en ilustraciones, tanto impresa como digital. Puede ser a una cara o a doble cara.	Mandatory UPDATED One of the below: Digital Images/s Film (for digital sites) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3502 NEW	Press Advertising SM Anuncios de prensa basados en ilustraciones.	Mandatory UPDATED Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3503 NEW	Inserts & Wraps SM Fajas, sobrecubiertas o encartes de publicaciones basados en la ilustración.	Mandatory UPDATED Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3504	Packaging SM Ilustraciones diseñadas para paquetería.	Mandatory UPDATED — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3505	Printed Materials SM Ilustraciones para otros trabajos impresos, incluyendo material de papelería, folletos, catálogos, tarjetas de felicitación, calendarios, fundas de discos, sellos y juegos.	Mandatory UPDATED — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3506 NEW	Entire Book SM Ilustraciones para libros completos, incluyendo libros electrónicos, libros infantiles, novelas gráficas y obras de ficción y de no ficción.	Mandatory UPDATED One or both of the below: Digital Image/s URL (for digital elements) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3507 NEW	Book Front Cover SM Ilustraciones para portadas de libros, incluyendo libros electrónicos, libros infantiles, novelas gráficas y obras de ficción y de no ficción.	Mandatory UPDATED — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3508 NEW	Entire Magazines & Newspapers SM Ilustraciones para revistas y periódicos completos.	Mandatory UPDATED — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3509 NEW	Magazine & Newspaper Front Covers SM Portadas de revistas y periódicos basadas en la ilustración.	Mandatory UPDATED — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3510 NEW	Magazine & Newspaper Sections & Supplements SM Ilustración para secciones, páginas dobles y suplementos de revistas y periódicos.	Mandatory UPDATED — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context, Use of Editing. **For relevant categories:** Instructions. See page 75 for more information.

Craft:

Illustration



Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £77, €122, \$153	<i>super early bird</i> £153, €245, \$306
<i>early bird</i> £85, €136, \$170	<i>early bird</i> £170, €272, \$340
<i>standard</i> £102, €163, \$204	<i>standard</i> £204, €326, \$408

Subcategory	Submission Formats f
<p>3511 Environmental SM</p> <p>Ilustraciones diseñadas para ser mostradas en un espacio específico. Incluye señalética, gráficos ambientales, instalaciones, arte urbano y sitios interactivos.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One of the below:</p> <p>Digital Presentation Image/s Film (for digital sites)</p> <p>—</p> <p>S 1-5 images M 2-10 images</p>
<p>3512 Integrated M</p> <p>Proyectos en los que una idea de ilustración central se emplea en una variedad de medios, p. ej. revistas, online y packaging.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>One or more of the below:</p> <p>Digital Image/s URL Film</p>
<p>3513 Digital SM</p> <p>Ilustraciones creadas para ser visualizadas en plataformas digitales, incluyendo sitios web, aplicaciones, juegos y redes sociales.</p>	<p>Mandatory</p> <p>URL</p> <p>—</p> <p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>
<p>3514 Moving Image SM</p> <p>Ilustraciones para imágenes en movimiento offline, por ejemplo, escenarios y presentaciones.</p>	<p>Mandatory</p> <p>Film</p> <p>—</p> <p>S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry</p>

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context, Use of Editing. **For relevant categories:** Instructions. See [page 75](#) for more information.

Craft:

Photography

Fotografía de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución da vida a la idea creativa. Incluye obras digitales, impresas y ambientales.

Entry Prices

Single **S**

super early bird
£153, €245, \$306

early bird
£170, €272, \$340

standard
£204, €326, \$408

Multi **M**

super early bird
£306, €490, \$612

early bird
£340, €544, \$680

standard
£408, €653, \$816

Subcategory		Submission Formats f
3601	Portraits S M Trabajos en los que la fotografía de retrato se aplica en carteles, libros, revistas, periódicos y gráficos ambientales, así como fotografía online en páginas web, aplicaciones y redes sociales.	Mandatory UPDATED Choose from one or more of the below: Digital Image/s URL (for digital elements) <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3602	Documentary S M Trabajos en los que la fotografía documental se aplica en carteles, libros, revistas, periódicos y gráficos ambientales, así como fotografía online en páginas web, aplicaciones y redes sociales. Incluye arte urbano, reportajes y fotoperiodismo.	
3603	Still Life & Studio S M Trabajos en los que la fotografía de bodegón y estudio se aplica en carteles, libros, revistas, periódicos y gráficos ambientales, así como fotografía online en páginas web, aplicaciones y redes sociales. Incluye fotografías de objetos inanimados realizadas en ambientes de estudio y coches.	
3604	Architecture & Structure S M Trabajos en los que la fotografía de arquitectura y estructuras se aplica en carteles, libros, revistas, periódicos y gráficos ambientales, así como fotografía online en páginas web, aplicaciones y redes sociales. Incluye fotografías de edificios y estructuras, tanto de exteriores como de interiores.	
3605	Fashion S M Trabajos en los que la fotografía de moda se aplica en carteles, libros, revistas, periódicos y gráficos ambientales, así como fotografía online en páginas web, aplicaciones y redes sociales. Incluye fotografías centradas en ropa y otros accesorios de moda.	
3606	Fine Art & Conceptual S M Trabajos en los que la fotografía artística y conceptual se aplica en carteles, libros, revistas, periódicos y gráficos ambientales, así como fotografía online en páginas web, aplicaciones y redes sociales. Las fotografías deben haber sido creadas para expresar la percepción de un artista y las imágenes deben ilustrar una idea conceptual de manera abstracta, mostrando originalidad, experimentación e imaginación.	
3607	Wildlife & Landscape S M Trabajos en los que la fotografía de fauna y paisajes se aplica en carteles, libros, revistas, periódicos y gráficos ambientales, así como fotografía online en páginas web, aplicaciones y redes sociales. La naturaleza debe ser la protagonista de la fotografía.	
3608	NEW Digital Compositing S M Fotografías creadas combinando múltiples imágenes en una sola imagen final. La imagen compuesta resultante puede ser un retrato, bodegón, fotografía de moda, artística o conceptual, o cualquiera de los tipos detallados anteriormente.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Instructions, Use of Editing. See [page 75](#) for more information.

Key Information:

If you are entering a publication's front cover or section, please highlight this (using post-it notes) when sending us the work.

Craft:

Production Design

Diseño de producción de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución ayuda a expresar la idea creativa.

Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £360, €576, \$720	<i>super early bird</i> £608, €972, \$1215
<i>early bird</i> £400, €640, \$800	<i>early bird</i> £675, €1080, \$1350
<i>standard</i> £480, €768, \$960	<i>standard</i> £810, €1296, \$1620

Subcategory		Submission Formats f
3701	Film Advertising SM Diseño de producción de cualquier tipo de publicidad con imágenes de movimiento, incluyendo vídeos de marca online, anuncios de televisión y cine, títulos de crédito y promociones de programas de televisión.	Mandatory One of the below: Film Film + 3 min edit (for films over 4 mins) <hr/> S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3702	Entertainment SM Diseño de producción de contenido de marca, ya sea de ficción o no ficción, de cualquier duración.	
3703	On-Air Branding SM Incluye promociones de programas de televisión y películas, títulos de crédito de televisión y cine, idents y cortinillas.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Production Considerations, Use of Production Design. See [page 75](#) for more information.

Craft:

Sound Design & Use of Music

Diseño de sonido de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución ayuda a expresar la idea creativa.

Entry Prices

Single S

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Multi M

super early bird
£608, €972, \$1215

early bird
£675, €1080, \$1350

standard
£810, €1296, \$1620

Subcategory		Submission Formats
3801	Sound Design S M Diseño de sonido fundamental para la obra y que expresa la idea creativa. Incluye anuncios de televisión y cine, vídeos de marca online, títulos de crédito, promociones de programas de televisión, idents, cortinillas, promociones de películas, contenido de marca, anuncios de radio, trabajos online y juegos.	Mandatory Submit work in the format it was commercially released. Choose from one of the below: Film Audio URL — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3802	Original Composition S M Música original especialmente compuesta para expresar la idea. Incluye anuncios de televisión y cine, vídeos de marca online, títulos de crédito, promociones de programas de televisión, idents, cortinillas, promociones de películas, contenido de marca, anuncios de radio, trabajos online y juegos.	
3803	Existing Music S M Composición musical existente que expresa la idea y se integra a la perfección con la imagen. Incluye anuncios de televisión y cine, vídeos de marca online, títulos de crédito, promociones de programas de televisión, idents, cortinillas, promociones de películas, contenido de marca, anuncios de radio, trabajos online y juegos.	
3804	Adapted Music S M Versiones adaptadas, grabadas o remezcladas de una composición musical existente, que expresan la idea y se integran a la perfección con la imagen. Incluye anuncios de televisión y cine, vídeos de marca online, títulos de crédito, promociones de programas de televisión, idents, cortinillas, promociones de películas, contenido de marca, anuncios de radio, trabajos online y juegos.	
3805	Audio Composition S M Composición de audio completa, que incluye tanto diseño de sonido como música para acompañar a una obra. Incluye anuncios de televisión y cine, vídeos de marca online, títulos de crédito, promociones de programas de televisión, idents, cortinillas, promociones de películas, contenido de marca, anuncios de radio, trabajos online y juegos.	

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context. See page 75 for more information.

Craft:

Typography

Tipografía de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución ayuda a expresar la idea creativa. Incluye obras digitales, en vídeo, impresas y ambientales.

Entry Prices	
Single S	Multi M
super early bird £153, €245, \$306	super early bird £306, €490, \$612
early bird £170, €272, \$340	early bird £340, €544, \$680
standard £204, €326, \$408	standard £408, €653, \$816

Subcategory		Submission Formats f
3901	Type Design S Diseño de una familia tipográfica.	Mandatory UPDATED Digital Presentation Image/s — S 1-5 images
3902	Posters S M Cartelería basada en tipografía, tanto impresa como digital. Puede ser a una cara o a doble cara.	Mandatory UPDATED One of the below: Digital Image/s Film (for digital sites) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3903 NEW	Press Advertising S M Anuncios de prensa basados en tipografía.	Mandatory UPDATED Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3904 NEW	Inserts & Wraps S M Fajas, sobrecubiertas o encartes de publicaciones basados en la tipografía.	Mandatory UPDATED Digital Image/s — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3905	Packaging S M Tipografía diseñada para packaging.	S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3906	Printed Materials S M Tipografía para otros trabajos impresos, incluyendo material de papelería, folletos, catálogos, tarjetas de felicitación, calendarios, fundas de discos, sellos y juegos.	
3907 NEW	Entire Book S M Tipografía para libros completos, incluyendo libros electrónicos, libros infantiles, novelas gráficas y obras de ficción y de no ficción.	Mandatory UPDATED One or both of the below: Digital Image/s URL (for digital elements) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions. See page 75 for more information.

Craft:

Typography



Entry Prices	
Single S	Multi M
<i>super early bird</i> £153, €245, \$306	<i>super early bird</i> £306, €490, \$612
<i>early bird</i> £170, €272, \$340	<i>early bird</i> £340, €544, \$680
<i>standard</i> £204, €326, \$408	<i>standard</i> £408, €653, \$816

Subcategory		Submission Formats f
3908 Book Front Cover S M NEW	Tipografía para portadas de libros, incluyendo libros electrónicos, libros infantiles, novelas gráficas y obras de ficción y de no ficción.	Mandatory UPDATED One or both of the below: Digital Image/s URL (for digital elements) — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3909 Entire Magazines & Newspapers S M NEW	Tipografía para revistas y periódicos completos.	
3910 Magazine & Newspaper Front Covers S M NEW	Portadas de revistas y periódicos basadas en la tipografía.	
3911 Magazine & Newspaper Sections & Supplements S M NEW	Tipografía para secciones, páginas dobles y suplementos de revistas y periódicos.	
3912 Environmental S M	Tipografía diseñada para ser mostrada en un espacio específico. Incluye señalética, gráficos ambientales, instalaciones, arte urbano y sitios interactivos.	Mandatory UPDATED One of the below: Digital Presentation Image/s Film (for digital sites) — S 1-5 images M 2-10 images
3913 Integrated M	Proyectos en los que una idea tipográfica central se emplea en una variedad de medios, p. ej. revistas, online y packaging.	
3914 Digital S M	Tipografía creada para ser visualizadas en plataformas digitales, incluyendo sitios web, aplicaciones, juegos y redes sociales.	Mandatory UPDATED One or more of the below: Digital Image/s URL Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
3915 Moving Image S M	Tipografía para imágenes en movimiento offline, por ejemplo, escenarios y presentaciones.	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: *Brief, Solution, Cultural Context.* **For relevant categories:** *Instructions.* See [page 75](#) for more information.

Craft:

Visual Effects

Efectos visuales de calidad excepcional para proyectos de diseño comercial y publicidad, en los que la ejecución ayuda a expresar la idea creativa.

Entry Prices

Single S

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Multi M

super early bird
£608, €972, \$1215

early bird
£675, €1080, \$1350

standard
£810, €1296, \$1620

Subcategory

4001	<p>Colour Grading S M</p> <p>Mejoras y alteraciones del color en imágenes en movimiento, incluyendo corrección del color y efectos de color artísticos. Incluye anuncios de televisión y cine, vídeos de marca online, títulos de crédito, promociones de programas de televisión, idents, cortinillas, promociones de películas y contenido de marca.</p>
4002	<p>Compositing S M</p> <p>Combinación de al menos dos elementos visuales, tomados de fuentes separadas e integrados en el mismo fotograma. Incluye anuncios de televisión y cine, vídeos de marca online, títulos de crédito, promociones de programas de televisión, idents, cortinillas, promociones de películas y contenido de marca.</p>
4003	<p>Special Effects S M</p> <p>Elementos prácticos del diseño de producción que tienen lugar frente a la cámara, incluyendo creación de modelos, pirotecnia y explosiones. Incluye anuncios de televisión y cine, vídeos de marca online, títulos de crédito, promociones de programas de televisión, idents, cortinillas, promociones de películas y contenido de marca.</p>
4004	<p>CG S M</p> <p>Efectos generados por ordenador. Incluye anuncios de televisión y cine, vídeos de marca online, títulos de crédito, promociones de programas de televisión, idents y cortinillas, promociones de películas y contenido de marca.</p>

Submission Formats I

Mandatory

One of the below:

Film
Film + 3 min edit (for films over 4 mins)

S 1 piece of work per entry
M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

Brief, Solution, Cultural Context, Use of Visual Effects, Where did the work run and for how long? See page 75 for more information.

Culture:

Entertainment

Obras de entretenimiento en las que la marca es una parte fundamental de la historia o la experiencia, que animan a las personas a visualizarlas, buscarlas y compartirlas. Incluye vídeos, experiencias inmersivas, audio, aplicaciones, juegos y más.

Entry Prices

Single S

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Multi M

super early bird
£608, €972, \$1215

early bird
£675, €1080, \$1350

standard
£810, €1296, \$1620

Subcategory		Submission Formats
5001	Fiction Film up to 5 mins S M Entretenimiento de ficción de marca de hasta 5 minutos de duración. Incluye vídeos virales, vídeos basados en juegos, vídeos interactivos, anuncios y vídeos breves mostrados en plataformas digitales u offline.	Mandatory Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
5002	Fiction Film 5-30 mins S M Entretenimiento de ficción de marca de entre 5 y 30 minutos de duración. Incluye vídeos virales, vídeos basados en juegos, vídeos interactivos, anuncios y vídeos breves mostrados en plataformas digitales u offline.	Mandatory Film + 3 min edit — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
5003	Fiction Film over 30 mins S M Entretenimiento de ficción de marca de más de 30 minutos de duración. Incluye vídeos virales, vídeos basados en juegos, vídeos interactivos, anuncios y vídeos breves mostrados en plataformas digitales u offline.	Mandatory Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
5004	Non-Fiction Film up to 5 mins S M Entretenimiento de no ficción (obras no guionizadas, documentales y realities) de marca de hasta 5 minutos de duración. Incluye vídeos virales, vídeos interactivos, contenido para eventos, anuncios y vídeos breves mostrados en plataformas digitales u offline.	Mandatory Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
5005	Non-Fiction Film 5-30 mins S M Entretenimiento de no ficción (obras no guionizadas, documentales y realities) de marca de entre 5 y 30 minutos de duración. Incluye vídeos virales, vídeos interactivos, contenido para eventos, anuncios y vídeos breves mostrados en plataformas digitales u offline.	Mandatory Film + 3 min edit — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
5006	Non-Fiction Film over 30 mins S M Entretenimiento de no ficción (obras no guionizadas, documentales y realities) de marca de más de 30 minutos de duración. Incluye vídeos virales, vídeos interactivos, contenido para eventos, anuncios y vídeos breves mostrados en plataformas digitales u offline.	Mandatory Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
5007	Integrated M NEW Campañas completamente integradas con contenido de entretenimiento de marca ejecutado con éxito en múltiples plataformas, p. ej. online, en prensa, en televisión o en radio.	Mandatory Presentation Film
5008	Immersive S M Entretenimiento de marca inmersivo y basado en dispositivos. Incluye el uso de realidades mixtas e IA. Las activaciones basadas en las experiencias, como los stunts o eventos en directo, deben presentarse en la categoría Experiential.	
5009	Sponsored S M Entretenimiento promocional de marca patrocinado por una marca o empresa secundaria. Por ejemplo, un vídeo musical que incluye un producto y está patrocinado por él.	



You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions, Where did the work run and for how long? On which social media channel/s was the work released and for how long? See page 75 for more information.

Culture:

Entertainment



Entry Prices	
Single S	Multi M
super early bird £360, €576, \$720	super early bird £608, €972, \$1215
early bird £400, €640, \$800	early bird £675, €1080, \$1350
standard £480, €768, \$960	standard £810, €1296, \$1620

Subcategory		Submission Formats f
5010 NEW	Audio S M Contenido sonoro y musical que integra la marca en el guion o la composición. Incluye emisiones en directo y podcasts. Para vídeos musicales de marca, véase la categoría Sponsored.	Mandatory One of the below: Audio Audio + 3 min edit (for audio over 4 mins) Optional Presentation Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
5011 NEW	Apps S M Aplicaciones encargadas o producidas por una marca, donde la marca está integrada en la funcionalidad o narrativa de la aplicación.	Mandatory URL Optional Presentation Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
5012	Games S M Juegos de marca, activaciones con juegos o deportes electrónicos. Pueden estar diseñados para jugar online, offline, en aplicaciones o en dispositivos móviles. Pueden incluir experiencias interactivas que usan la IA, las realidades mixtas u otras tecnologías para transmitir la idea. Para emplazamiento de productos y publicidad dentro del juego, véase la categoría Digital.	Mandatory Presentation Film — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry
5013	Use of Audience S M Entretenimiento de marca que invita a los clientes o usuarios o que interactúa con ellos de manera secundaria, p. ej. a través de una segunda pantalla.	Mandatory Presentation Film
5014 NEW	Use of Micro-Talent/Influencers S M Entretenimiento de marca que usa microtalentos o microinfluencers (con audiencias nicho o un número más reducido de seguidores) para incrementar la interacción y dirigirse a mercados específicos.	
5015 NEW	Use of Talent & Influencers S M Entretenimiento de marca que usa famosos o influencers populares en las redes sociales, normalmente con más de 100.000 seguidores, para incrementar la interacción y dirigirse a mercados específicos.	
5016 NEW	Writing for Entertainment S M Copy written for entertainment purposes. Includes writing for film, games, apps and audio where the brand is an integral feature of the story or experience. Only for work that was commercially released in English. This is to ensure that the writing is judged fairly, not based on translations.	Mandatory One of the below: Film Film + 3 min edit (for films over 4 mins) Audio Audio + 3 min edit (for audio over 4 mins) + PDF of Script — S 1 piece of work per entry M Max 10 pieces of work per entry

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context. **For relevant categories:** Instructions, Where did the work run and for how long? On which social media channel/s was the work released and for how long? See page 75 for more information.

Culture:

Music Videos

Vídeos musicales, incluyendo vídeos de bajo presupuesto e interactivos, y los oficios empleados para producirlos, como efectos especiales, dirección, cinematografía y diseño de producción. En esta categoría, el jurado dará prioridad a la ejecución.

Entry Prices

Single Ⓢ

super early bird
£81, €130, \$162

early bird
£90, €144, \$180

standard
£108, €173, \$216

Subcategory		Submission Formats ⓘ
5101	Music Videos Ⓢ El jurado valorará de manera holística el concepto y ejecución globales del vídeo musical.	Mandatory Film
5102	Interactive Ⓢ Vídeos musicales que animan al espectador a interactuar. Para participar, envía una URL que esté disponible para el público y accesible desde el Reino Unido hasta junio de 2019.	Mandatory URL
5103	Low budget Ⓢ Vídeos musicales creados con un presupuesto de 10.000 libras como máximo (o su equivalente en cada mercado).	Mandatory One of the below: Film URL (for interactive music videos)
5104	Music Film/EP Ⓢ NEW Conjunto de vídeos musicales conectados entre sí para formar una narrativa.	
5105	Direction Ⓢ Vídeos musicales en los que la idea se transmite a través de la visión del director.	
5106	Animation Ⓢ Vídeos musicales animados con animación clásica, stop-motion o por ordenador, en 2D o en 3D. Las piezas de animación en 3D deben haber sido modeladas, articuladas y animadas.	
5107	Cinematography Ⓢ Vídeos musicales en los que la idea se transmite a través del uso de las técnicas de cámara y de la calidad, composición y estilo de la fotografía e iluminación.	
5108	Editing Ⓢ Vídeos musicales en los que la idea se transmite a través de una edición innovadora y habilidosa.	
5109	Visual Effects Ⓢ Uso de efectos visuales en vídeos musicales, incluyendo elementos prácticos del diseño de producción que tienen lugar frente a la cámara, p. ej. creación de modelos y explosiones. También incluye efectos añadidos después de la grabación, p. ej. efectos digitales, imágenes generadas por ordenador y composición.	
5110	Production Design Ⓢ Vídeos musicales en los que la idea se transmite a través del diseño de producción (diseño de escenarios, creación de localizaciones, etc.).	

You will be asked to provide the following information online:

For all categories: Brief, Solution, Cultural Context. **For category 5109:** Budget. See [page 75](#) for more information.

Impact:

Impact

Diseño, campañas e iniciativas empresariales originales y transformadores que benefician a los negocios y a la sociedad. Trabajo que pueda demostrar un cambio positivo directo y tangible, dando reconocimiento a marcas, agencias, organizaciones benéficas y emprendedores que están priorizando a las personas y al planeta junto a los beneficios.

Entry Prices

Single

super early bird
£360, €576, \$720

early bird
£400, €640, \$800

standard
£480, €768, \$960

Subcategory	Submission Formats
<p>6001 Advertising/Brands</p> <p>Publicidad y mensajes de marketing creativos para clientes comerciales. Incluye campañas y ejecuciones individuales. Especifica si el impacto conseguido ha sido a nivel local, nacional o internacional.</p>	<p>Mandatory</p> <p>One or more of the below:</p> <p>1-10 Digital Image/s</p> <p>1 Film</p> <p>1 Audio</p> <p>1 URL</p>
<p>6002 Advertising/Not for Profits</p> <p>Publicidad y mensajes de marketing creativos para organizaciones benéficas y sin ánimo de lucro. Incluye campañas y ejecuciones individuales. Especifica si el impacto conseguido ha sido a nivel local, nacional o internacional.</p>	
<p>6003 Advertising/Entrepreneurs</p> <p>Publicidad y mensajes de marketing creativos que promocionan un proyecto personal, un proyecto paralelo o una empresa. Incluye campañas y ejecuciones individuales. Especifica si el impacto conseguido ha sido a nivel local, nacional o internacional.</p>	
<p>6004 Design/Brands</p> <p>Diseño para clientes comerciales que tiene el potencial de conseguir un cambio positivo al mejorar las circunstancias, el acceso a recursos o la calidad de vida. Incluye diseño de productos, materiales impresos, digital y de servicios. Especifica si el impacto conseguido ha sido a nivel local, nacional o internacional.</p>	
<p>6005 Design/Not for Profits</p> <p>Diseño para organizaciones benéficas y sin ánimo de lucro que tiene el potencial de conseguir un cambio positivo al mejorar las circunstancias, el acceso o la calidad de vida. Incluye diseño de productos, materiales impresos, digital y de servicios. Especifica si el impacto conseguido ha sido a nivel local, nacional o internacional.</p>	
<p>6006 Design/Entrepreneurs</p> <p>Diseño para un proyecto personal, proyecto paralelo o empresa que tiene el potencial de conseguir un cambio positivo al mejorar las circunstancias, el acceso o la calidad de vida. Incluye diseño de productos, materiales impresos, digital y de servicios. Debes especificar si el impacto conseguido ha sido a nivel local, nacional o internacional.</p>	
<p>6007 Initiative/Brands</p> <p>Iniciativas impulsadas por clientes comerciales. Incluye iniciativas de negocio, proyectos comunitarios e innovaciones de servicios. Debes especificar si el impacto conseguido ha sido a nivel local, nacional o internacional.</p>	
<p>6008 Initiative/Not for Profits</p> <p>Iniciativas impulsadas por organizaciones benéficas y sin ánimo de lucro. Incluye iniciativas de negocio, proyectos comunitarios e innovaciones de servicios. Debes especificar si el impacto conseguido ha sido a nivel local, nacional o internacional.</p>	
<p>6009 Initiative/Entrepreneurs</p> <p>Iniciativas relacionadas con un proyecto personal, un proyecto paralelo o una empresa. Incluye iniciativas de negocio, proyectos comunitarios e innovaciones de servicios. Debes especificar si el impacto conseguido ha sido a nivel local, nacional o internacional.</p>	

You will be asked to provide the following information online:

Idea, Challenge, Scale, Impact, Longevity. See page 75 for more information.

Key Information:

Prototypes, work that has not been publicly released or has not made an impact yet should be entered into the Future Impact category.

Impact:

Future Impact

Diseño e iniciativas empresariales originales y transformadores lanzados recientemente o en desarrollo que demuestren potencial para producir un cambio tangible y positivo en los negocios y la sociedad. El trabajo debe demostrar ambición y la escala del proyecto, y dar prioridad a las personas y al planeta junto con los beneficios.

Entry Prices

Single

super early bird
£23, €36, \$45

early bird
£25, €40, \$50

standard
£30, €48, \$60

Subcategory		Submission Formats
6101	Design Diseño que tiene el potencial de provocar un cambio positivo al mejorar las circunstancias, el acceso a recursos o la calidad de vida. Incluye diseño de productos, materiales impresos, digital y de servicios. Las entradas participantes deberán incluir una prueba de concepto.	Mandatory One or more of the below: 1-10 Digital Image/s 1 Film 1 Audio 1 URL
6102	Design/Student Diseño que tiene el potencial de provocar un cambio positivo al mejorar las circunstancias, el acceso a recursos o la calidad de vida. Incluye diseño de productos, materiales impresos, digital y de servicios. Los trabajos participantes deberán incluir una prueba de concepto. Los participantes deben ser estudiantes a tiempo completo.	
6103	Initiative Iniciativas que demuestren su potencial para tener un impacto en los negocios y la sociedad. Incluye iniciativas de negocio, proyectos comunitarios e innovaciones de servicios. Los trabajos participantes deberán incluir una prueba de concepto.	
6104	Initiative/Student Iniciativas que demuestren su potencial para tener un impacto en los negocios y la sociedad. Incluye iniciativas de negocio, proyectos comunitarios e innovaciones de servicios. Los trabajos participantes deberán incluir una prueba de concepto. Los participantes deben ser estudiantes a tiempo completo.	

You will be asked to provide the following information online:

Idea, Challenge, Scale, Impact, Longevity. See page 75 for more information.

Key Information:

Work that has been publicly released and is making an impact should be entered into the Impact category. Please note - an extended entry deadline of 15 July 2020 applies to the Future Impact category. Entrants will be awarded in November 2020. In addition to a D&AD Impact Pencil, winners will be awarded a place on the Future Impact Programme; 12 months of mentoring, training, grants and visibility, provided by D&AD and the D&AD Impact Council. For more details please visit dandad.org.

Collaborative:

Collaborative

Relaciones a largo plazo entre clientes y sus agencias de diseño, publicidad o producción, que hayan llevado a la creación de trabajos de gran calidad a lo largo del tiempo.

Entry Prices

There is no fee to enter this category.

Subcategory		Submission Formats ⓘ
7001	Creative Agency – Client Collaboration ⓘ	Mandatory One or more of the below: 1-10 Digital Image/s 1 Film 1 Audio 1 URL
7002	Design Agency – Client Collaboration ⓘ	
7003	Production Company – Client Collaboration ⓘ	

You will be asked to provide the following information online:

Length of creative collaboration, History of creative collaboration, Creative outputs. See [page 75](#) for more information.

Next:

Next

Jóvenes profesionales y equipos con experiencia de menos de 3 años se reconocen en cuatro categorías diversas – Next Creative, Next Designer, Next Illustrator y Next Director.

Entry Prices

Standard

£50, €80, \$100

Descuentos

20% para aquellos que se registren antes del plazo límite 'Earlybird' el 19 de febrero

20% para Freelancers (para un código descuento contacte awards@dandad.org)

40% para cualquier persona nominada por un Juez participante en D&AD Awards 2020

Subcategory		Submission Formats ⓘ
8001	<p>Next Creative</p> <p>Esta categoría es para creativos emergentes con no más de tres años de experiencia en la industria. Abierto a directores de arte, redactores y creativos que trabajan en marketing digital, experiencial, medios, relaciones públicas, prensa y exteriores, radio y audio, cine y entretenimiento.</p>	<p>Mandatory</p> <p>4 executions in the below format:</p> <p>Digital (URL, Film, Audio, Image/s, PDF)</p> <p>+</p> <p>Photograph of talent</p>
8002	<p>Next Designer</p> <p>Esta categoría es para diseñadores emergentes con no más de tres años de experiencia en la industria. Abierto a cualquier persona relacionada con la marca, el empaque, los productos, los gráficos, las revistas, los libros, los periódicos, la composición y los entornos permanentes, temporales o en línea.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>4 executions in one or more of the below formats:</p> <p>Digital (URL, Film, Audio, Image/s, PDF)</p> <p>+</p> <p>Photograph of talent</p>
8003	<p>Next Director</p> <p>Esta categoría es para directores emergentes con no más de tres años de experiencia en la industria. Abierto a directores de cine, entretenimiento, TV, VoD, contenido en línea, contenido promocional y música.</p>	<p>Mandatory</p> <p>2 executions in the below format:</p> <p>Digital (URL, Film, Audio, Image/s, PDF)</p> <p>+</p> <p>Photograph of talent</p>
8004	<p>Next Illustrator</p> <p>Esta categoría es para ilustradores emergentes con no más de tres años de experiencia en la industria. Abierto a ilustradores de carteles, anuncios de prensa, empaques, insertos y envolturas, libros, publicaciones, arte callejero, instalaciones, señalización, imágenes en movimiento y trabajos en plataformas digitales.</p>	<p>Mandatory UPDATED</p> <p>4 executions in one or more of the below formats:</p> <p>Digital (URL, Film, Audio, Image/s, PDF)</p> <p>+</p> <p>Photograph of talent</p>

Why enter?

D&AD Next is an opportunity for creatives, mentors and agencies to come together, recognise and celebrate the future of creativity. The award is a mark of great potential for winners and signifies an agency's ability to nurture talent. Winners of a D&AD Next award have seen their work featured on the cover of TIME magazine (Johnny Miller's Unequal Scenes) and appear in National Geographic (Richard John Seymour's Yiwu Commodity City).

What are the Judges looking for?

Work that consistently demonstrates remarkable creative flair, great potential and – where applicable – outstanding craft and technique. They are not looking for the finished article.

What can I win?

D&AD Next Pencil, your name in the D&AD Annual, your work exhibited at a D&AD event, 2 hours of mentoring with a D&AD judge, 1 year's access to the D&AD Campus, and 1 year's D&AD Awarded Membership. All shortlisted talent will be invited to a Pencil presentation at the D&AD festival. Winners will be invited on stage to collect their award in front of an audience of creative influencers.

Next

Reglas y Elegibilidad

¿Quién puede inscribir?

- > Personas que trabajan en la industria creativa desde el 11 de marzo de 2017.
- > Equipos, siempre que todos los miembros del equipo hayan contribuido a cada trabajo presentado de una manera apropiada para la categoría. Por ejemplo, un ilustrador y un director de arte que ingresen a Next Illustrator no serían elegibles; sin embargo, dos ilustradores trabajando juntos lo harían.
- > Los individuos y las agencias pueden ingresar en nombre de alguien.
- > Los individuos pueden no tener una carrera establecida en un área diferente de la industria creativa. Por ejemplo, un fotógrafo establecido que recientemente ha tomado diseño gráfico.
- > No hay límite de edad.

¿Qué puedo inscribir?

- > Los participantes en **Next Creative**, **Next Designer** y **Next Illustrator** deben enviar cuatro ejecuciones, donde al menos una es comercial. Las piezas restantes pueden ser obras de caridad o autoiniciadas. Para que el trabajo sea comercial, debe haber sido lanzado públicamente.
- > Los participantes en **Next Director** deben presentar dos ejecuciones, donde al menos una es comercial. Las piezas restantes pueden ser obras de caridad o autoiniciadas.
- > Las ejecuciones pueden o no ser parte de una serie. Los participantes deben eliminar todos los créditos para que el trabajo pueda ser juzgado de forma anónima.
- > Como parte de la presentación, los participantes deberán proporcionar información sobre la experiencia del talento hasta la fecha, el resumen y las ideas sobre el trabajo y los detalles de su contribución.
- > Los participantes deben cargar una imagen de portada de la obra principal, más una imagen de los talentos con fines promocionales.
- > Una referencia profesional no es obligatoria, pero se recomienda.

Criterio de elegibilidad

- > El trabajo comercial debe haberse lanzado públicamente antes del 11 de marzo de 2017 y debe presentarse tal como se publicó.
- > El trabajo no comercial debe haberse completado no antes del 11 de marzo de 2017 y debe presentarse tal como se completó.
- > Debe enviar el número requerido de ejecuciones.
- > El talento debe estar fuera de la educación a tiempo completo.
- > Si ingresa como equipo, cada miembro del equipo debe cumplir con los criterios de elegibilidad.
- > Puede volver a ingresar si no gana, sin embargo, no puede ingresar al mismo trabajo .

Next

Cómo Inscribir

Guía paso a paso para inscribir en Next

Haga [click aquí para crear una inscripción en dandad.org](#) y siga los pasos abajo. Puede inscribirse a sí mismo o en nombre de alguien más.

Si inscribe como parte de un equipo, separe los datos donde sea necesario con una coma. Si solo hay una opción disponible, introduzca los datos del talento principal.

- > **1. Title:** El nombre de la ejecución principal del trabajo del talento.
- > **2. Seleccione la categoría Next más apropiada**
- > **3. Parts:** El nombre de cada ejecución
- > **4. Entrant Company:** Nombre(s) del talento
- > **5. Entrant Role:** El área de especialización del talento
- > **6. Entrant Country:** El país de donde es el talento
- > **7. Entrant Network:** Incluya si aplica
- > **8. Entrant Holding Company:** Seleccione una opción
- > **9. Primary Client:** Enumere los clientes de cada ejecución, separados por una coma
- > **10. Brand:** Enumere las marcas de cada ejecución, separadas por una coma
- > **11. Commercial Release Date:** Ingrese la fecha de finalización de la ejecución más temprana
- > **12. Company of the Year:** La información no aplica. Sin embargo, ha de hacer tick en la casilla confirmando la sección
- > **13. Entry Description:** Para Next, esta debería ser una pequeña biografía sobre el talento y su trabajo. Los jueces no verán esto, por lo que puede incluir nombres. Si tiene éxito será incluido en el D&AD Annual y en dandad.org
- > **14. Supporting Information:** Deberá responder 3 preguntas sobre la experiencia, aportación y trabajo del talento. Los jueces verán esta información, así que es importante que se refiera al equipo o al talento y omita cualquier nombre
- > **15. Translation:** Proporcione cualquier traducción de las ejecuciones aquí.
- > **16. Cover Image:** Suba una imagen de su ejecución principal. Los jueces verán este y cualquier otro material que suba (con la excepción de la foto del talento)
- > **17. Submission Format:** Seleccione si inscribirá material físico, digital o ambos. Sube aquí cualquier trabajo digital y una fotografía del talento (esto se usará solo con fines promocionales). También existe la opción de subir una referencia en PDF.

Asegúrese de pagar su inscripción antes de la fecha límite del 11 de marzo de 2020. Se le pedirá que valide su inscripción antes de poder enviarla.

Side Hustle:

Side Hustle

La competición para personas con grandes ideas que nacieron para crear. Para aquellos que sueñan con lanzar su proyecto en voz alta y orgullosa en el mundo; ¡nuestro jurado de inversores, emprendedores y directores creativos están esperando conocerte!

Entry Prices

Standard

Students
£20, €32, \$40

Emerging Professionals
£35, €56, \$70

Established Professionals
£50, €80, \$100

Descuentos

20% para Freelancers (para obtener un código de descuento, email awards@dandad.org)

Subcategory		Submission Formats 
9001	Start-Up / Student Reservado exclusivamente para aquellos que aún están estudiando, esta categoría es para los participantes en las primeras etapas de su proyecto, demostrando una investigación adecuada, prototipos y pruebas con el potencial de trabajar hacia un margen de contribución positivo.	Mandatory One or more of the below: URL Film Audio Digital Image/s PDF
9002	Start-Up / Emerging Professional Se aplica a no profesionales o cualquier persona con menos de 3 años de experiencia laboral. Esta categoría es para los participantes en las primeras etapas de su proyecto, demostrando una investigación adecuada, prototipos y pruebas con el potencial de trabajar hacia un margen de contribución positivo.	
9003	Start-Up / Established Professional Celebra los 'Side Hustles' de cualquier persona con más de 3 años de experiencia profesional. Esta categoría es para los participantes en las primeras etapas de su proyecto, demostrando una investigación adecuada, prototipos y pruebas con el potencial de trabajar hacia un margen de contribución positivo.	
9004	Scale-Up / Student Reservada exclusivamente para aquellos que aún están estudiando, esta categoría es para los participantes de cuyos proyectos ya han asegurado su financiación, estén validados en su mercado y hayan demostrado que sus finanzas unitarias son sostenibles.	
9005	Scale-Up / Emerging Professional Se aplica a no profesionales o cualquier persona con menos de 3 años de experiencia laboral. Esta categoría es para los participantes de cuyos proyectos ya han asegurado su financiación, estén validados en su mercado y hayan demostrado que sus finanzas unitarias son sostenibles.	
9006	Scale-Up / Established Professional Celebra los 'Side Hustles' de cualquier persona con más de 3 años de experiencia profesional. Esta categoría es para los participantes de cuyos proyectos ya han asegurado su financiación, estén validados en su mercado y hayan demostrado que sus finanzas unitarias son sostenibles.	

Why enter?

D&AD Side Hustle is an important step towards turning your side hustle into a main hustle. Make the grade and you'll be pitching to a panel of investors, entrepreneurs and creative influencers as part of our virtual Pitch Day. As well as global exposure, we offer training and mentoring to the winners. Previous hustlers have gone on to create fashion shows, draw attention to the climate crisis and incite social change.

What are the Judges looking for?

The judges will be looking out for work that uses creative thinking to address a genuine need. For Start-Ups, the idea should demonstrate proof of concept and show potential for growth, whereas Scale-Ups should be sustainable, validated within the marketplace and on track to meet early ambitions.

What can I win?

D&AD Side Hustle Pencil, your name in the D&AD Annual, 2 hours of mentoring with a D&AD judge, A D&AD Masterclass of your choice, and 1 year's D&AD Awarded Membership.

How will I pitch?

All finalists will be invited to a virtual Pitch Day, where they will present their idea to a panel of judges before questions are taken. A guide to prepare your pitches, including timings, formats and information on the chosen platform will be sent to finalists approximately one month in advance.

Side Hustle

Reglas y Elegibilidad

¿Quién puede inscribir?

- > La inscripción está abierta a cualquier persona con un 'Side Hustle', siempre que demuestre talento y creatividad. ¿Está su proyecto personal en camino de convertirse en su proyecto principal? Entonces nuestras categorías de 'Scale-Up' son para usted.
- > Se aplica una coste de inscripción reducido a estudiantes y profesionales emergentes.
- > Para ser elegible como profesional emergente, debes tener menos de 3 años de experiencia trabajando en la industria.

¿Qué puedo inscribir?

- > Se anima a que los participantes presenten su 'Side Hustle' de la mejor manera. Su inscripción puede tomar la forma de un video, presentación de diapositivas, 'case film', imagen, URL o pieza de audio. Deberá responder cinco preguntas relacionadas con la idea, el desafío, la operación, la ambición y la elegibilidad y subir una imagen de portada.

Criterio de elegibilidad

- > La inscripción debe ser creativa en esencia.
- > Los proyectos deben ser 'de propiedad independiente', es decir, sustancialmente propiedad de sus fundadores y no comisionados, propiedad o financiados por un empleador.
- > El proyecto presentado como inscripción debe estar desconectado de su trabajo.
- > Los finalistas deben estar disponibles para presentar su proyecto ante un jurado en el 'Pitch Day' (fecha que se anunciará).

Side Hustle

Cómo Inscribir

Guía paso a paso para inscribir en Side Hustle

[Haga click aquí para crear una inscripción en dandad.org](#) y siga los pasos abajo.

- > **1. Title:** El nombre de su Side Hustle
- > **2. Seleccione 'Side Hustle'**
- > **3. Seleccione la sub-categoría de Side Hustle apropiada**
- > **4. Entrant company:** El nombre de su empresa
- > **5. Entrant role:** La industria en la que opera su empresa
- > **6. Entrant country:** En qué país se basa
- > **7. Entrant network:** Deje esto en blanco
- > **8. Entrant holding company:** Seleccione 'N/A'
- > **9. Primary client:** Incluya nombre del cliente si aplica, si no 'N/A'
- > **10. Brand:** Incluya nombre de la marca si aplica, si no déjelo en blanco
- > **11. Commercial release date:** La fecha en la que se lanzó su proyecto
- > **12. Company of the Year:** Esto no es aplicable. No obstante, ha de hacer tick en la casilla confirmando la sección
- > **13. Entry description:** Esto debería ser una breve descripción de su Side Hustle, no más de 600 caracteres. Si tiene éxito, se incluirá en el D&AD Annual y en dandad.org
- > **14. Supporting information:** Deberá responder 5 preguntas sobre la idea, el desafío, la operación, la ambición y la elegibilidad de su Side Hustle
- > **15. Translation:** Proporcione las traducciones relevantes para su trabajo aquí
- > **16. Cover image:** Suba una imagen que represente su Side Hustle
- > **17. Submission format:** Suba todos los archivos digitales y medios de soporte aquí

Asegúrese de pagar su entrada antes de la fecha límite del 11 de marzo de 2020. Se le pedirá que valide su entrada antes de poder enviarla.

Formatos de envío

Lista detallada de los formatos de envío requeridos para entradas.

Por favor, sigan estas guías ya que las entradas inscritas en otro formato serán retiradas.

Boards	Description	Specification
A2 Board/s	El trabajo lanzado a nivel comercial, montado sobre un tablón A2 para cada ejecución.	<ul style="list-style-type: none">– Monta el trabajo en paneles rígidos tamaño A2 (42x59 o 16.5x23.4 pulgadas).– Muestra el trabajo tal y como fue lanzado a nivel comercial, incluyendo todos los textos.– Si el trabajo publicado es mayor que un A2, envía una reproducción.– Muestra una ejecución por tablón.– Pega las etiquetas de presentación a la parte trasera de cada tablón.– No uses el logotipo o branding de tu empresa en ningún lugar del tablón.– No envíes carteles enrollados ni paneles encintados.– No pongas el número de la entrada ni el título de la categoría en la parte frontal del tablón.– No uses cartón pluma (no es reciclable), sino cartulina para enmarcar.
A3 Board/s	El trabajo lanzado a nivel comercial, montado sobre un tablón A3 para cada ejecución.	<ul style="list-style-type: none">– Monta el trabajo en paneles rígidos tamaño A2 (29,7x42 o 11.7x16.5 pulgadas).– Muestra el trabajo tal y como fue lanzado a nivel comercial, incluyendo todos los textos.– Si el trabajo publicado es mayor que un A2, envía una reproducción.– Muestra una ejecución por tablón.– Pega las etiquetas de presentación a la parte trasera de cada tablón.– No uses el logotipo o branding de tu empresa en ningún lugar del tablón.– No envíes carteles enrollados ni paneles encintados.– No pongas el número de la entrada ni el título de la categoría en la parte frontal del tablón.– No uses cartón pluma (no es reciclable), sino cartulina para enmarcar.
A2 Presentation Board/s	Una representación del trabajo a través de una selección de imágenes y un resumen breve por escrito, más el trabajo publicado a nivel comercial en formato físico o digital.	<ul style="list-style-type: none">– Monta el trabajo en paneles rígidos tamaño A2 (42x59 o 16.5x23.4 pulgadas).– Muestra los elementos más importantes del trabajo.– Mantén el texto explicatorio breve y conciso.– El texto debe ser en inglés.– Pega las etiquetas de presentación a la parte trasera de cada tablón.– NO uses el logotipo o branding de tu empresa en ningún lugar del tablón.– NO envíes carteles enrollados ni paneles encintados.– NO pongas el número de la entrada ni el título de la categoría en la parte frontal del tablón.– NO uses cartón pluma (no es reciclable), sino cartulina para enmarcar.
A2 Presentation Boards + Optional material (physical or digital)	Una representación del trabajo a través de una selección de imágenes y un resumen breve por escrito, más el trabajo publicado a nivel comercial en formato físico o digital.	<ul style="list-style-type: none">– Para los paneles expositores tamaño A2, véanse las instrucciones arriba.– Para el trabajo publicado comercialmente, véanse las instrucciones para materiales físicos y digitales a continuación.



Formatos de envío



Physical Material	Description	Specification
Physical Material	El producto en el formato en que haya sido lanzado a nivel comercial.	<ul style="list-style-type: none"> – Manda el trabajo tal y como haya sido lanzado. – Ponte en contacto con nosotros antes de enviar productos perecederos. – Pega las etiquetas de presentación al artículo en un lugar discreto (base o parte inferior del objeto). – NO envíes tabloneros de presentación en lugar del trabajo publicado, a no ser que este tenga más de 1m3 de tamaño. – Ponte en contacto con nosotros si necesitas que te devolvamos el producto. Según se indica en nuestros Términos y Condiciones, los productos no se devolverán a menos que se solicite en el momento de presentarlos.
Printed Publication	La revista, periódico o libro tal y como haya sido publicados.	<ul style="list-style-type: none"> – Manda el trabajo tal y como haya sido lanzado. – Ponte en contacto con nosotros antes de enviar productos perecederos. – Pega las etiquetas de presentación en un lugar discreto (contraportada o interior de la portada). – NO montes la publicación en tabloneros. – Ponte en contacto con nosotros si necesitas que te devolvamos el producto. Según se indica en nuestros Términos y Condiciones, los productos no se devolverán a menos que se solicite en el momento de presentarlos.
Printed Publication + URL (for digital elements)	La revista, periódico o libro tal y como haya sido publicados, más una URL opcional si el trabajo tiene un equivalente digital.	<ul style="list-style-type: none"> – Muestra el trabajo tal y como fue publicado a nivel comercial, incluyendo todos los textos. – Pega las etiquetas de presentación a la parte trasera de cada tablón. – NO uses el logotipo o branding de tu empresa en ningún lugar del tablón. – NO envíes carteles enrollados ni paneles encintados. – NO pongas el número de la entrada ni el título de la categoría en la parte frontal del tablón.
Poster/s Mounted	El cartel publicado a nivel comercial montado sobre un panel.	<ul style="list-style-type: none"> – Muestra el trabajo tal y como fue publicado a nivel comercial, incluyendo todos los textos. – Pega las etiquetas de presentación a la parte trasera de cada tablón. – NO uses el logotipo o branding de tu empresa en ningún lugar del tablón. – NO envíes carteles enrollados ni paneles encintados. – NO pongas el número de la entrada ni el título de la categoría en la parte frontal del tablón.
Poster/s Unmounted	El cartel lanzado comercialmente sin montar. Sólo para trabajo que es mayor que A1 o doble cara.	<ul style="list-style-type: none"> – Muestra el trabajo tal y como fue publicado a nivel comercial, incluyendo todos los textos. – Pega las etiquetas de presentación a la parte trasera de cada tablón. – NO uses el logotipo o branding de tu empresa en ningún lugar del tablón. – NO envíes carteles enrollados ni paneles encintados. – NO pongas el número de la entrada ni el título de la categoría en la parte frontal del tablón.

URL	Description	Specification
URL	Una URL que dirija directamente al trabajo publicado.	<ul style="list-style-type: none"> – La página web debe poder verse en un Mac usando Chrome. – Para aplicaciones, facilita un enlace de descarga a la Apple Store. – La URL debe estar activa hasta julio de 2020. – No envíes una página de un caso de estudio si el sitio aún está activo. – No envíes una página tipo “Próximamente”. – No uses el logotipo de tu empresa ni tu branding en la página web. – No uses el nombre de tu empresa o branding en la dirección URL. – Si no puedes facilitarnos la URL publicada a nivel comercial, envíanos un correo electrónico a awards@dandad.org.
URL (for digital elements)	Sólo para publicaciones digitales. Una URL que lleve directamente a la publicación lanzada comercialmente.	<ul style="list-style-type: none"> – La página web debe poder verse en un Mac usando Chrome. – Para aplicaciones, facilita un enlace de descarga (Apple Store). – La URL debe estar activa hasta julio de 2020. – No envíes una página de un caso de estudio si el sitio aún está activo.



Formatos de envío



Images	Description	Specification
Image/s	Imágenes que representen el trabajo publicado a nivel comercial. Las entradas únicas deben incluir una sola imagen.	<ul style="list-style-type: none">– Archivos JPEG o TIFF– Modo de color RGB, 300 ppp– Al menos 15 cm en la dimensión más larga– La imagen debe estar en centímetros, no en píxeles ni en milímetros– NO envíes varias imágenes en un mismo archivo. Solo una imagen por archivo.
Image in situ	Una imagen única que muestre el trabajo in situ, tal y como fue lanzado y expuesto a nivel comercial.	
Image of Packaging in situ	Una imagen única que muestre el paquete en un estante, tal y como fue lanzado y expuesto a nivel comercial.	
Digital Presentation Images	Una representación de tu trabajo a través de una selección de imágenes.	

Audio	Description	Specification
Audio	Una pieza de publicidad en audio tal y como fue publicada comercialmente.	<ul style="list-style-type: none">– Archivos MP3 o WAV.– Tamaño de muestra 16 bits, frecuencia de muestreo 44100 kHz.– Usa el título de la entrada o de la ejecución como nombre del archivo.– Para campañas, sube un archivo por ejecución.– NO incluyas una presentación de la entrada en audio.– NO incluyas ningún branding de agencia.
Audio + 3 min Edit	Una pieza de publicidad en audio tal y como haya sido lanzada a nivel comercial, más un resumen de 3 minutos para trabajos de más de 4 minutos. El jurado escuchará primero el resumen y después la ejecución completa si así lo desean.	
Audio + PDF of Script	Un anuncio o trabajo en audio tal y como haya sido lanzado a nivel comercial, más el guion en formato PDF.	



Formatos de envío



Film	Description	Specification
Film	Un anuncio o vídeo tal y como haya sido lanzado a nivel comercial.	<ul style="list-style-type: none"> – Archivos MOV o MP4. – El archivo debe estar multiplexado, con el audio y el vídeo en un solo archivo.
Film + 3 min Edit	Un anuncio o vídeo tal y como haya sido publicado a nivel comercial, más un resumen de 3 minutos para trabajos de más de 4 minutos. El jurado verá primero el resumen y después la ejecución completa si así lo desean.	<ul style="list-style-type: none"> – Subtitula o dobla los trabajos que no estén en inglés. – Para campañas, sube un archivo por ejecución. – Usa el título de la entrada o de la ejecución como nombre del archivo. – NO añadas un contador o una claqueta al inicio. – NO uses el logotipo o branding de tu empresa en ningún momento del vídeo.
Film + PDF of Script	Un anuncio o vídeo tal y como haya sido publicado a nivel comercial, más el guion en formato PDF.	
Film (for digital sites)	Un vídeo que muestre un trabajo de publicidad exterior publicado en un sitio digital.	
Presentation Film	Un vídeo de presentación resumiendo el trabajo y mostrando los aspectos más destacados.	<ul style="list-style-type: none"> – Archivos MPEG o MOV. – 2 minutos como máximo. No garantizamos que el jurado siga viendo el vídeo pasados 2 minutos. – Haz que el vídeo sea específico para tu categoría. – Describe la idea o solución primero y después explica los objetivos, el contexto y los resultados en mayor detalle. – Pon énfasis en la idea creativa y en su relevancia para la audiencia. – No es obligatorio realizar vídeos elaborados o costosos. Los vídeos sencillos con una idea presentada claramente son igual de efectivos. – Usa el título de la entrada como nombre del vídeo. – La narración debe estar en inglés. – NO uses el logotipo o branding de tu empresa en ningún momento del vídeo.
Other	Description	Specification
Written Copy + Optional Presentation Film	Una presentación por escrito resumiendo el proyecto, más un vídeo de presentación opcional.	<ul style="list-style-type: none"> – La presentación por escrito debe escribirse o pegarse online al rellenar el formulario de presentación. Consulta los requisitos exactos en la página 75. – Mira las instrucciones para “Presentation Film” más arriba.
PDF of Tone of Voice Guidelines	El manual de tono de voz de una marca.	<ul style="list-style-type: none"> – Súbelo como un PDF único.
PDF	Un PDF con la información para respaldar tu trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> – Súbelo como un PDF único.

Información de apoyo

Esta es la información que te pediremos en función de la categoría. Céntrate en los datos, ya que es lo que los miembros del jurado están buscando, y haz que las explicaciones sean breves y concisas.

Campo de información adicional	Description	Character Limit
Accelerator	¿Te gustaría formar parte del Future Impact Accelerator de la D&AD? En ese caso, cuéntanos qué esperas obtener con ello, qué experiencia puedes ofrecer a tus colegas y si necesitarías una beca de viaje.	400 incluyendo espacios
Objetivos	¿A qué escala esperas obtener impacto? ¿Cómo vas a medir el éxito? Resume tus objetivos para los próximos 12 meses.	1000 incluyendo espacios
Contexto	Especifica el público al que está dirigido, los objetivos y cualquier información relevante, como un resumen y análisis del contexto.	3000 incluyendo espacios
Brief	¿Cuál era el brief? Explica el reto y los objetivos y, en su caso, el público de destino y otra información relevante sobre el contexto.	400 incluyendo espacios
Presupuesto	Indica tu presupuesto. Si es mayor de lo esperado, explica por qué tu trabajo debería considerarse de bajo presupuesto.	400 incluyendo espacios
Reto	Explica el reto o retos que llevaron a la idea y el caso de negocio asociado a ella.	1000 incluyendo espacios
Coste de producción por unidad		50 incluyendo espacios
Resultados creativos	Explica los trabajos producidos durante el periodo de colaboración.	400 incluyendo espacios
Contexto cultural	Si procede, explica las referencias específicas de una cultura o país que puedan no entenderse sin esa explicación.	400 incluyendo espacios
Diseño de solución	Explica la solución creativa, el razonamiento detrás de ella, y cómo resuelve el reto del brief. Destaca las características únicas y/o innovadoras del diseño.	400 incluyendo espacios
Ubicación donde se distribuyó		200 incluyendo espacios
Historia de la colaboración creativa	Describe cómo ha evolucionado la colaboración a lo largo del tiempo, desde el brief inicial hasta el último proyecto.	400 incluyendo espacios
¿Con qué frecuencia se publica el trabajo?		50 incluyendo espacios
Cómo se mostró el trabajo		200 incluyendo espacios
Idea	¿Cuál es la idea creativa que está en el centro de tu trabajo? ¿En qué sentido es innovadora? ¿sentido es innovadora? ¿innovative?	1000 incluyendo espacios
Si procede, ¿en qué canales de redes sociales se publicó el trabajo y durante cuánto tiempo?		200 incluyendo espacios



Información de apoyo



Campo de información adicional	Description	Character Limit
Impacto	Describe los éxitos alcanzados hasta la fecha. ¿Cómo el trabajo ha contribuido directamente a generar un cambio positivo? Incluye datos cuantitativos, referencias y evidencias de cambios en la legislación o en los comportamientos.	1000 incluyendo espacios
Instrucciones	Para ayudarnos a mostrar mejor tu trabajo, si procede, indícanos: <ul style="list-style-type: none"> – Para qué plataformas digitales está optimizado – Las contraseñas o códigos de acceso – Instrucciones de navegación específicas, si las hay – Instrucciones de configuración, si las hay 	400 incluyendo espacios
Duración de la colaboración creativa		200 incluyendo espacios
Longevidad	¿Cómo pretendes mantener y escalar el impacto de tu idea? Explica los objetivos clave a corto y largo plazo.	1000 incluyendo espacios
Número de visualizaciones	Número de visualizaciones y evidencias de referencias en la cultura popular	200 incluyendo espacios
Tirada		50 incluyendo espacios
Cuestiones de producción	Explica las restricciones de presupuesto y tiempo y los lugares de rodaje.	400 incluyendo espacios
Prueba de concepto	¿Cómo has demostrado la prueba de concepto? Describe la investigación y las pruebas realizadas hasta el momento.	1000 incluyendo espacios
Resultados	¿Cómo ha impactado directamente el trabajo en el éxito de la marca o el crecimiento del negocio? Incluye evidencias como resultados de encuestas, estadísticas de cuota de mercado o incremento de ventas.	3000 incluyendo espacios
Precio de venta		50 incluyendo espacios
Precio de venta del producto		50 incluyendo espacios
Escala	¿El impacto conseguido fue a nivel local, nacional o internacional?	1000 incluyendo espacios
Tamaño de la tirada de producción		50 incluyendo espacios
Solución	Explica la solución creativa, el razonamiento detrás de ella, y cómo resuelve el reto del brief.	400 incluyendo espacios
Solución y ejecución	¿Cuál es la solución creativa y el razonamiento detrás de ella? ¿En qué sentido es innovadora? ¿Cómo se ejecutó?	3000 incluyendo espacios
Uso de la cinematografía	Háblanos de los recursos cinematográficos del trabajo. ¿Qué deberían valorar los jueces?	400 incluyendo espacios
Uso de la edición	Si procede, explica los retoques, edición de posproducción o mejoras digitales a las que se ha sometido el trabajo, por ejemplo, ajustes de color, distorsión y enfoque.	400 incluyendo espacios
Uso del diseño de producción	Háblanos del diseño de producción del trabajo. ¿Qué deberían valorar los jueces?	400 incluyendo espacios
Uso de efectos visuales	Explica cómo se han usado los efectos visuales y qué resultados se han conseguido. ¿Qué deberían valorar los jueces?	400 incluyendo espacios
¿Dónde se publicó el trabajo y durante cuánto tiempo?		200 incluyendo espacios

Contacto

¿Tienes alguna pregunta sobre cómo participar en los premios? Nuestro equipo está aquí para ayudarte. Ponte en contacto con nosotros estés donde estés:

Reino Unido e Irlanda

Will Koper
C: will.koper@dandad.org
T: +44 (0)207 840 1177

Estados Unidos y Canadá

Alex Knapp
C: alex.knapp@dandad.org
T: +44 (0)207 840 1172

Latinoamérica y Portugal

Pablo Brandao
C: pablo.brandao@dandad.org
T: +44 (0)207 840 1173

Europa continental

Cristina Roman
C: cristina.roman@dandad.org
T: +34 655 725 215

Japón y Singapur

Kotoko Koya
C: kotoko.koya@dandad.org
T: +81 90 4736 5965

China y Sudeste Asiático

Katherine Chen
C: katherine.chen@dandad.org
T: +44 (0)796 8866 388
WeChat 微信 Dandadawards

India, Oriente Medio y África

Raj Kiran Chowdaboyina
C: raj.kiran-chowdaboyina@dandad.org
T: +44 (0)740 581 1256

Otras ubicaciones

C: awards@dandad.org
T +44 (0)207 840 1111