

PREMIOS ASPID DE CREATIVIDAD Y COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA DE SALUD Y FARMACIA

XXIII EDICIÓN



1. CONVOCATORIA

1.1 El ámbito territorial de los Premios Aspid es el espacio iberoamericano y están organizados y convocados en España, bajo licencia, por la Revista PMFARMA.

1.2 Agencias y profesionales del mundo del diseño y la comunicación, así como laboratorios farmacéuticos u otras instituciones o empresas de ámbito sanitario, pueden presentar sus obras a los Premios Aspid.

2. CONDICIONES GENERALES DE PARTICIPACION

2.1 Las obras tendrán que haber sido publicadas, difundidas o emitidas en España, entre el 1 de abril del 2018 y el 31 de marzo del 2019. También se aceptarán obras publicadas, difundidas o emitidas en el extranjero que hayan sido producidas por agencias radicadas en España. La creatividad y la estrategia de comunicación de toda obra presentada a este Festival, debe haber sido realizada por la agencia que presenta la obra.

2.2 Todas las piezas presentadas deben corresponder, en su integridad, a las que realmente se publicaron, emitieron o difundieron, en plazo, en su divulgación pública al target al cual iba dirigida la campaña, y por lo tanto, ninguna de las piezas puede pertenecer a materiales rechazados, bien por el cliente, o bien por las entidades reguladoras del ámbito sanitario correspondiente.

La organización de los Premios Aspid podrá auditar con la empresa anunciante, y en su caso, también con la agencia, las obras presentadas que resulten ganadoras, en especial, los Aspid Oro y Plata.

La organización de los Premios Aspid podrá anular cualquier premio conseguido en el que se demuestre que la agencia o cliente no hayan cumplido lo preceptuado en este punto, y también en aquellos casos en los que el cliente no valide las piezas presentadas. En dicho caso, se proclamará ganadora la segunda obra mejor valorada de la categoría, y así sucesivamente.

2.3 En las obras relacionadas con productos farmacéuticos o sanitarios, éstos deben comercializarse habitualmente en el Canal Farmacia u Hospitalario.

2.4 En las obras relacionadas con productos nutricionales, hay que aportar el aval de la EFSA (European Food Safety Authority).

2.5 Cada obra presentada deberá encuadrarse en alguna de las categorías de participación de estas bases.

2.6 Tendrán que abonarse los derechos correspondientes a cada categoría de participación en el mismo momento de la inscripción.

2.7 Si la obra se presenta a más de una categoría, deberán enviarse tantos ejemplares de la misma como a categorías sea inscrita. Lo mismo procede decir de las imágenes y videos que hay que subir a nuestro servidor.

2.8 Todos los materiales físicos, imágenes y audiovisuales presentados no se devolverán y quedarán en propiedad de los organizadores, que así mismo se reservan el derecho de exposición, reproducción y utilización de los mismos para su divulgación pública. En el caso de que alguna obra, o parte de la obra, no deba exponerse o publicarse, o que se quiera recuperar tras la exposición de piezas el día de la Gala, deberá indicarse en el campo de observaciones en la ficha de inscripción, o bien, comunicarlo fehacientemente, por escrito, tal circunstancia, a la organización de los Premios Aspid.

2.9 Los organizadores de los Premios Aspid declinan toda responsabilidad respecto a la autenticidad de los datos expresados por los participantes en las fichas de participación.

2.10 La participación en esta convocatoria supone la total aceptación de estas bases.

3. PRESENTACION DE LAS OBRAS

3.1 Todas las obras presentadas se acompañarán de la correspondiente ficha de participación y la ficha resumen, que previamente habrán tenido que ser introducidas desde los formularios que hay al efecto en www.premiosaspid.es con todos los datos que se solicitan, cumplimentados con el máximo rigor y exactitud, ya que éstos serán los utilizados para efectuar la proclamación pública de los premios y para su publicación en la web oficial de los Premios Aspid. Si así no se hiciera, la Organización declina toda responsabilidad. Solamente los datos reseñados en las fichas de participación serán los que figuren en los créditos de los premios.

3.2 Es condición indispensable para la admisión de las obras, subir al servidor de los Aspid las imágenes y videos de cada obra que se presente al Festival. Sólo se podrá subir un máx-

imo de 10 imágenes por obra o campaña, exclusivamente en formato jpg, y un video explicativo para el Jurado, en formato mp4, que no debe superar los 2 minutos de duración. Si el video dura más de dos minutos, éste se cortará automáticamente a los dos minutos. En el caso de la categoría de Audiovisuales, se podrán subir dos videos; el explicativo para el Jurado, de dos minutos de duración, y el del audiovisual en sí. En algunas categorías, también se podrá subir al servidor un único archivo complementario o explicativo de la obra dirigido al Jurado. Dicho archivo ha de ser obligatoriamente en los formatos Word, pdf o PowerPoint.

3.3 Las obras físicas, con sus respectivas fichas de participación cumplimentadas, así como el importe de sus derechos de inscripción más los impuestos aplicables, mediante talón bancario o transferencia bancaria a nombre de Publicaciones y Medios Telemáticos, S.L., se remitirán a la dirección indicada en el punto 3.7.

3.4 Las obras no llevarán en ninguna parte (ni anversos ni reversos) el nombre o logotipo de la agencia o empresa que las presenta. Esto es aplicable también en los audiovisuales.

3.5 El término de recepción de las obras finalizará a las 18 horas del día 9 de Abril de 2019. En el caso de presentación posterior a esta fecha, los derechos de inscripción sufrirán un incremento del 20%.

3.6 Las fichas de participación y la subida de imágenes y videos debe realizarse desde la web oficial de los Premios Aspid www.premiosaspid.es

3.7 Las piezas físicas se deben enviar a la sede de la Revista PMFarma.
C/ Llacuna 110, local 2 (08018 Barcelona). Tel. +34 933 004 211
sede@premiosaspid.es

3.8 Derecho de Desistimiento. Tiene usted derecho a desistir del presente contrato en un plazo de 14 días naturales y como máximo hasta el día del término de recepción de las obras indicado en el punto 3.5, sin necesidad de justificación. El plazo de desistimiento expirará a los 14 días naturales de la inscripción y pago de los derechos de participación. Para ejercer el derecho de desistimiento, deberá usted notificarnos a través de la dirección de correo sede (arroba) premiosaspid.es su decisión de desistir del contrato. Podrá utilizar el modelo de formulario de desistimiento que figura a continuación, aunque su uso no es obligatorio. Para cumplir el plazo de desistimiento, basta con que la comunicación relativa al ejercicio por su parte de este derecho sea enviada antes de que venza el plazo correspondiente.

Consecuencias del desistimiento: En caso de desistimiento por su parte, le devolveremos todos los pagos recibidos de usted sin ninguna demora indebida y, en todo caso, a más tardar 14 días naturales a partir de la fecha en la que se

nos informe de su decisión de desistir del presente contrato. Procederemos a efectuar dicho reembolso utilizando el mismo medio de pago empleado por usted para la transacción inicial, a no ser que haya usted dispuesto expresamente lo contrario; en todo caso, no incurrirá en ningún gasto como consecuencia del reembolso.

Modelo de formulario de desistimiento:

- A la atención de Dto. de Atención al cliente
- Por la presente le comunico/comunicamos que desisto de mi/desistimos de nuestro contrato de venta de las siguientes obras (indicar IDs de obras)
- Inscritas el/recibido el (fecha del pedido)
- Nombre del consumidor y usuario o de los consumidores y usuarios
- Domicilio del consumidor y usuario o de los consumidores y usuarios
- Firma del consumidor y usuario o de los consumidores y usuarios
- Fecha

4. JURADO

4.1 El Presidente del Jurado y el Comité Ejecutivo de los Premios Aspid están facultados para efectuar el cambio de obras de una categoría a otra, si la consideran mal clasificada por la agencia o empresa que presente la campaña o pieza.

4.2 El Presidente y los Miembros del Jurado firmarán las Actas de Obras Ganadoras, la cuales estarán a disposición de los participantes hasta los diez días naturales después de la deliberación. En el acta constará obligatoriamente la categoría votada, el título de la obra premiada y la agencia o empresa que ha presentado la pieza o campaña.

4.3 Tanto los participantes, como el Comité Ejecutivo de los Premios Aspid, podrán solicitar la impugnación de cualquier obra galardonada. Para ello, se deberá remitir por escrito a la Organización los motivos fundamentados de tal solicitud. No se aceptarán solicitudes de impugnación de obras premiadas, una vez hayan transcurrido diez días naturales después de la comunicación oficial de los premios.

4.4 Una vez transcurrido el período de impugnación de obras, el veredicto del Jurado será inapelable.

5. ACTUACIÓN DEL JURADO

5.1 Criterio de valoración: Como norma general, el Jurado valorará la Creatividad desarrollada en la obra en base a la estrategia, objetivos y plan de acción definidas en la ficha de participación de la misma.

5.2 Cada miembro del Jurado valorará y votará presencialmente in situ las obras presentadas de las subcategorías en las que no esté vinculado. Cada miembro del Jurado votará una única obra que considere 'como Aspid Oro' según su criterio. Una vez proclamado un

premio Oro, se procederá de la misma manera para designar el Premio Aspid Plata entre las restantes obras de la subcategoría. En las subcategorías que entreguen un 'Diploma ganador' solo podrá votar una única obra, o bien declararla desierta mediante su votación. De cada subcategoría serán ganadoras las obras con mayor número de votos. En caso de empates, el Jurado volverá a votar las obras que hayan quedado empatadas. Si persistiera el empate, se proclamarán ganadoras a las obras empatadas. En caso de que se otorguen dos Oros en una subcategoría por no haber podido desempatar, el Premio Plata de la subcategoría quedará eliminado.

5.3 Para que una subcategoría se considere desierta, han de votar en ese sentido un mínimo de tres cuartas partes de los miembros del Jurado con derecho a voto.

5.4 Los miembros del Jurado solo podrán votar aquellas subcategorías en las que su empresa no haya presentado obra, es decir, en las que no estén vinculados directamente. En aquellos casos en los que un miembro del Jurado pertenezca a un grupo o holding empresarial, y dicho miembro no tenga obra presentada en la categoría, pero sí haya una obra de alguna agencia del Grupo, dicho miembro podrá votar la categoría, pero no podrá designar como ganadora la obra de dicha agencia del Grupo. En caso contrario, se invalidará su votación.

5.5 El Jurado no conocerá el nombre de las agencias, hasta que haya concluido la revisión y valoración de todas las obras de la subcategoría.

5.6 Concluido el proceso de votación de cada subcategoría y una vez declaradas las obras como ganadoras por parte del Presidente del Jurado, no se podrá volver a votar o reconsiderar la votación de la subcategoría.

5.7 Tanto el Presidente como los miembros del Jurado, evitarán emitir opiniones personales sobre las obras presentadas durante el proceso de valoración de cada subcategoría. La intervención activa del presidente se limitará exclusivamente a aquellos casos en los que surjan polémicas de clasificación de obras, empates, formas de presentación, etc.

6. PREMIOS

6.1 Los premios a las obras ganadoras se entregarán a las personas o entidades que figuren reseñadas como Autor y Cliente en la ficha de participación. La solicitud de más diplomas, así como de estatuillas Aspid complementarias, se abonará aparte.

7. MIEMBROS DEL JURADO

Se pueden consultar en el apartado correspondiente de la web Aspid: www.premiosaspid.es

8. CATEGORÍAS DE PARTICIPACIÓN Y COSTES DE INSCRIPCIÓN

(sin impuestos).

RESUMEN DE CATEGORÍAS

A. Obras relacionadas con productos de Prescripción

- A1.** Campaña integral de promoción de producto (Aspid Oro y Plata) **395€**
- A2.** Materiales impresos de visita. **250€**
- A3.** Materiales digitales de visita. **250€**
- A4.** Anuncios en Prensa. **250€**
- A5.** Audiovisuales sobre producto. **250€**
- A6.** Comunicación Digital. **250€**

B. Obras relacionadas con productos de Autocuidado y venta sin receta

- B1.** Campaña integral de promoción de producto (Aspid Oro y Plata) **395€**
- B2.** Spots TV. (Aspid Oro y Plata) **350€**
- B3.** Anuncios en Prensa. **250€**
- B4.** Audiovisuales sobre producto. **250€**
- B5.** Comunicación Digital. **250€**
- B6.** Publicidad exterior. **250€**

C. Medical Marketing

- C1.** Programas de formación acreditada. (Aspid Oro y Plata) **395€**
- C2.** Programas de formación no acreditada y servicios científicos prestados a profesionales (presencial). (Aspid Oro y Plata) **395€**
- C3.** Programas de formación no acreditada y servicios científicos prestados a profesionales (NO presencial). (Aspid Oro y Plata) **395€**

D. e-Salud

En esta categoría, el Jurado otorgará mediante votación, un Aspid Oro entre las obras ganadoras de las siguientes 6 subcategorías:

- D1.** Aplicaciones en Salud, Medicina o disp. médicos dirigidos a pacientes. **300€**
- D2.** Aplicaciones en Salud, Medicina o disp. médicos dirigidos a profesionales sanitarios. **300€**
- D3.** Inteligencia artificial. **300€**
- D4.** Big Data. **300€**
- D5.** Realidad virtual o aumentada. **300€**
- D6.** Gamificación en Salud. **300€**

E. Campañas institucionales o corporativas de empresa

- E1.** Campaña integral institucional. (Aspid Oro y Plata) **395€**
- E2.** Anuncios en prensa. **250€**
- E3.** Elementos impresos. **250€**
- E4.** Audiovisuales. **250€**
- E5.** Comunicación digital. **250€**

F. Campañas sobre enfermedades o patologías

- F1.** Campaña integral. (Aspid Oro y Plata) **395€**
- F2.** Anuncios en prensa. **250€**
- F3.** Elementos impresos. **250€**
- F4.** Audiovisuales. **250€**
- F5.** Comunicación digital. **250€**

G. Veterinaria

G1. Campaña integral. (Aspid Oro y Plata) **395€**

H. Relaciones Públicas y Comunicación

H1. Campañas de RR.PP. (Aspid Oro y Plata) **395€**

H2. Marketing Interno en lanzamientos. (Aspid Oro y Plata) **395€**

H3. Reuniones con profesionales sanitarios organizadas por el propio laboratorio. **250€**

H4. Acciones en congresos de sociedades profesionales o científicas. **250€**

H5. Acciones de Street Marketing. **250€**

H6. Campañas internas a empleados en prevención de la Salud. **250€**

H7. Acciones de comunicación o piezas publicitarias de sensibilización sobre bulos en Salud. **250€**

I. Autopublicidad de agencia

I1. Campañas de autopublicidad. (Aspid Oro y Plata) **395€**

J. Diseño

J1. Proyectos de identidad corporativa. (Aspid Oro y Plata) **395€**

J2. Diseño de stands. **250€**

J3. Packagings. **250€**

J4. Visuales en farmacias y expositores PLV. **250€**

J5. Infografías. **250€**

DETALLE, INSTRUCCIONES Y DERECHOS DE CATEGORÍAS

A1. Campaña integral de promoción de producto. (Aspid Oro y Plata) **395€**

En esta subcategoría se encuadran obras relacionadas directamente con comunicación de productos farmacéuticos o sanitarios de Prescripción bajo todo tipo de soportes o canales. Para participar en esta subcategoría se debe presentar como mínimo tres elementos diferentes o canales diferentes de comunicación.

A2. Materiales impresos de visita. 250€

En esta subcategoría se encuadran obras como folletos, literaturas y materiales impresos, utilizadas en visita a profesionales de la Salud.

A3. Materiales digitales de visita. 250€

Las aplicaciones digitales (tablets, etc...) se presentarán mediante un audiovisual con locución e imagen fija directa del dispositivo en funcionamiento, de forma que el Jurado pueda valorar la funcionalidad de la aplicación en toda su extensión. No se admitirán montajes virtuales, es decir, han de ser filmaciones directas del dispositivo electrónico funcionando. El audiovisual se subirá al servidor en formato MP4, y no podrá exceder de dos minutos de duración. Puede ver una demo en www.premiosaspid.es/demo

A4. Anuncios en Prensa. 250€

Los anuncios en prensa se presentarán en soporte rígido sin ningún tipo de margen, es decir, en el mismo formato original de la obra. Las medidas máximas del soporte rígido será de DIN/A3.

Se debe indicar en qué revistas o diarios se publicó el anuncio, o bien adjuntar algún ejemplar donde se publicara el anuncio.

A5. Audiovisuales sobre producto. 250€

Audiovisuales dirigidos a profesionales sanitarios y basados en información sobre productos de Prescripción. Si el audiovisual sobrepasa los dos minutos de duración, se puede subir al servidor también, además del original, un video resumen del mismo. Este resumen debe tener una duración máxima de 2 minutos. Este audiovisual se utilizará exclusivamente para su proyección el día de la Gala de Entrega, en caso de resultar ganador. Todos los audiovisuales se subirán al servidor en formato MP4.

A6. Comunicación digital. 250€

En esta subcategoría se pueden presentar acciones o aplicaciones digitales promocionando productos de Prescripción, como páginas web, social media, banners, etc. En esta categoría no se pueden presentar aplicaciones digitales utilizadas en visita profesional, obras que deberán presentarse en la categoría A3.

B1. Campaña integral de promoción de producto (Aspid Oro y Plata) **395€**

En esta subcategoría se encuadran obras relacionadas directamente con comunicación de productos farmacéuticos o sanitarios de Autocuidado y de venta sin receta, bajo todo tipo de soportes o canales. Para participar en esta subcategoría se debe presentar como mínimo tres elementos diferente o canales diferentes de comunicación.

B2. Spots TV. (Aspid Oro y Plata) **350€**

Los spots no pueden sobrepasar los 30 segundos de duración. Si sobrepasara este tiempo, la obra se deberá presentar en la categoría de audiovisuales (B4). Se subirán al servidor en formato MP4. Los spots pueden haberse emitido tanto en TV como en medios digitales.

B3. Anuncios en Prensa. 250€

Los anuncios en prensa se presentarán en soporte rígido sin ningún tipo de margen, es decir, en el mismo formato original de la obra. Las medidas máximas del soporte rígido será de DIN/A3. Se debe indicar en qué revistas o diarios se publicó el anuncio, o bien adjuntar algún ejemplar donde se publicara el anuncio.

B4. Audiovisuales. 250€

Audiovisuales dirigidos a profesionales sanitarios y basados en información de productos de autocuidado o de venta sin receta. Si el audiovisual sobrepasa los dos minutos de duración, se puede subir al servidor también, además del original, un video resumen del mismo. Este resumen debe tener una duración máxima de 2 minutos. Este audiovisual se utilizará exclusivamente para su proyección el día de la Gala de Entrega, en caso de resultar ganador. Todos los audiovisuales se subirán al servidor en formato MP4.

B5. Comunicación digital. 250€

En esta subcategoría se pueden presentar acciones o aplicaciones digitales promocionando productos de autocuidado o de venta sin receta, como páginas web, social media, banners, etc.

B6. Publicidad exterior. 250€

En esta categoría se encuadran obras que se hayan expuesto en marquesinas, vallas, autobuses, etc. Se debe subir al servidor fotografías reales de la acción.

C1. Programas de Formación Acreditada. (Aspid Oro y Plata) 395€

En esta subcategoría se encuadran obras relacionadas exclusivamente con programas de formación médica o farmacéutica, sean bajo el soporte que sean, que hayan sido acreditadas por autoridades sanitarias. Se deben presentar todos los materiales físicos o electrónicos que componen el programa. Se excluyen de esta categoría los programas de formación para Redes de Ventas.

C2. Programas de Formación NO Acreditada y Servicios científicos prestados a profesionales de carácter presencial. (Aspid Oro y Plata) 395€

En esta categoría se encuadran servicios multisupoorte dirigidos a profesionales sanitarios, como servicios de formación médico-sanitaria no acreditada, documentos de consenso, guías clínicas, etc. y que se hayan impartido presencialmente.

C3. Programas de Formación NO Acreditada y Servicios científicos prestados a profesionales de carácter no presencial. (Aspid Oro y Plata) 395€

En esta categoría se encuadran servicios online dirigidos a profesionales sanitarios, como servicios de formación médico-sanitaria no acreditada, plataformas web de servicios científicos, aplicaciones científicas para dispositivos móviles, etc. Si el programa ha consistido en materiales online y posteriores reuniones presenciales, la obra se tendrá que presentar en la categoría C2.

D1 y D2. Aplicaciones en Salud, Medicina o disp. médicos. 300€

En esta subcategoría se encuadran programas informáticos o equipos diseñados para ofrecer servicios en todo tipo de dispositivos móviles que realicen determinadas funciones rápidamente para acceder a información optimizada para lectura en pantallas de distintas dimensiones, en áreas como bienestar, dieta, ejercicio, enfermedades o manejo del tratamiento.

D3. Inteligencia artificial. 300€

En esta subcategoría se encuadran programas informáticos capaces de percibir de la información proporcionada de su entorno y que lleven a cabo acciones o resultados que maximicen las posibilidades de éxito en algún objetivo o tarea.

D4. Big Data. 300€

En esta subcategoría se encuadran herramientas informáticas capaces de aprender y analizar con rapidez enormes cantidades de información de los historiales de pacientes, de las pruebas de imagen y de los avances científicos para ayudar a los médicos a ofrecer mejores diagnósticos y tratamientos.

D5. Realidad virtual / Aumentada. 300€

En esta subcategoría se encuadran modelos simulados por computadora que permitan a una persona interactuar con un entorno sensorial tridimensional (3D) artificial u otro entorno sensorial, y que sumerjan al usuario en un entorno generado por computadora que simule la realidad mediante el uso de dispositivos interactivos, que envían y reciben información y se usan como gafas, auriculares o guantes.

D6. Gamificación en Salud. 300€

En esta subcategoría se encuadran obras digitales de gamificación. Es imprescindible indicar en la ficha de inscripción, las direcciones electrónicas de los sites, passwords, etc, si los hubiere. Es muy aconsejable que esta categoría se suba al servidor, junto a la ficha de inscripción, un video en formato MP4 con la explicación de la campaña dirigida al Jurado. Dicho video no puede durar más de 2 minutos.

E1. Campaña integral institucional o corporativa de empresa. (Aspid Oro y Plata) 395€

En esta categoría se encuadran campañas o acciones de comunicación institucional o corporativa de empresas o servicios, nunca sobre patologías o productos. En esta categoría NO se pueden presentar campañas de RR.PP. o de Street Marketing. Para participar en esta subcategoría se debe presentar como mínimo dos elementos diferentes o canales diferentes de comunicación.

E2. Anuncios institucionales o corporativos en Prensa. 250€

Los anuncios en prensa se presentarán en soporte rígido sin ningún tipo de margen, es decir, en el mismo formato original de la obra. Las medidas máximas del soporte rígido será de DIN/A3. Se debe indicar en qué revistas o diarios se publicó el anuncio, o bien adjuntar algún ejemplar donde se publicara el anuncio.

E3. Elementos impresos. 250€

En esta subcategoría se encuadran obras como folletos y materiales impresos de carácter corporativo o institucional.

E4. Audiovisuales institucionales. 250€

Audiovisuales basados en información institucional o corporativa. Si el audiovisual sobrepasa los dos minutos de duración, se puede subir al servidor también, además del original, un video resumen del mismo. Este resumen debe tener una duración máxima de 2 minutos. Este audiovisual se utilizará exclusivamente para su proyección el día de la Gala de Entrega, en caso de resultar ganador. Todos los audiovisuales se subirán al servidor en formato MP4.

E5. Comunicación digital. 250€

En esta subcategoría se pueden presentar acciones o aplicaciones digitales institucionales o corporativas, como páginas web, social media, banners, etc.

F1. Campaña integral sobre enfermedades o patologías.

(Aspid Oro y Plata) **395€**

En esta subcategoría se encuadran campañas de comunicación asociadas exclusivamente a patologías, y que no se traten de campañas de RRPP. Para participar en esta subcategoría se debe presentar como mínimo dos elementos diferentes o canales diferentes como son materiales impresos, audiovisuales o elementos digitales. Si se envían soportes rígidos (foams), éstos deben tener una medida máxima de DIN/A3.

F2. Anuncios en Prensa basados en patologías. 250€

Los anuncios en prensa sobre patologías se presentarán en soporte rígido sin ningún tipo de margen, es decir, en el mismo formato original de la obra. Las medidas máximas del soporte rígido será de DIN/A3. Se debe indicar en qué revistas o diarios se publicó el anuncio, o bien adjuntar algún ejemplar donde se publicara el anuncio.

F3. Elementos impresos. 250€

En esta subcategoría se encuadran obras como folletos y materiales impresos.

F4. Audiovisuales sobre patologías. 250€

Audiovisuales basados en información sobre patologías. Si el audiovisual sobrepasa los dos minutos de duración, se puede subir al servidor también, además del original, un video resumen del mismo. Este resumen debe tener una duración máxima de 2 minutos. Este audiovisual se utilizará exclusivamente para su proyección el día de la Gala de Entrega, en caso de resultar ganador. Todos los audiovisuales se subirán al servidor en formato MP4.

F5. Comunicación digital. 250€

En esta subcategoría se pueden presentar acciones o aplicaciones digitales sobre patologías, como páginas web, social media, banners, etc.

G1. Veterinaria. (Aspid Oro y Plata) 395€

En esta categoría se encuadran obras relacionadas exclusivamente con productos o servicios veterinarios. Su comunicación puede haberse dirigido tanto a veterinarios, clínicas veterinarias, consumidores, como al público en general.

H1. Campaña de Relaciones Públicas. (Aspid Oro y Plata) 395 €

En esta categoría se encuadran campañas de relaciones públicas focalizadas en cualquier tipo de target. Se considera que una campaña es de RRPP cuando haya movilizado a cierto número de personas o colectivos en un evento o acción específica a través de los medios de comunicación.

H2. Marketing Interno en lanzamientos. (Aspid Oro y Plata) 395€

En esta categoría se encuadran eventos o campañas relacionadas con la promoción de lanzamientos o relanzamientos de productos farmacéuticos o sanitarios que hayan sido dirigidas exclusivamente a los profesionales del propio laboratorio farmacéutico que ha lanzado o relanzado el producto. También se pueden incluir en esta categoría acciones de motivación empresarial dirigidas a los empleados del laboratorio, que no estén relacionadas con ningún producto en concreto.

H3. Reuniones con profesionales sanitarios organizadas por el propio laboratorio. 250€

En esta subcategoría se encuadran la organización de talleres, reuniones, congresos, o acciones comerciales organizados al margen de los congresos de sociedades científicas.

H4. Acciones en congresos de sociedades profesionales o científicas. 250€

En esta subcategoría se encuadran la organización de acciones comerciales en congresos o reuniones de sociedades científicas.

H5. Acciones de Street Marketing. 250€

En esta categoría se encuadran campañas de Street Marketing. Se considera que una campaña es de Street Marketing cuando la acción se desarrolla en un espacio público sin convocatoria ni publicidad previa y que se ejecuta por sorpresa ante la audiencia.

H6. Campañas internas a empleados en prevención de la Salud. 250€

En esta categoría se circunscriben campañas de comunicación internas dirigidas a los empleados de la empresa, consistentes en promocionar o incentivar la salud de los mismos.

H7. Acciones de comunicación o piezas publicitarias de sensibilización sobre bulos en Salud. 250€

En esta categoría se circunscriben iniciativas en formato publicitario que eleven la concienciación sobre la importancia de buscar fuentes fiables en Salud y no dar crédito a los rumores.

I1. Campañas de autopublicidad. (Aspid Oro y Plata) 395€

En esta categoría se encuadran obras o campañas relacionadas exclusivamente con autopromociones de agencia, sean bajo el soporte que sean.

J1. Proyectos de identidad corporativa. (Aspid Oro y Plata) 395€

Los proyectos de identidad corporativa o desarrollo gráfico de imagen corporativa multisoprote se pueden presentar solo con imágenes de la obra o también en soporte rígido, soporte que debe tener unas medidas máximas de DIN/A3.

J2. Diseño de stands. 250€

En la categoría de Stands, debe subirse al servidor fotografías del stand, en la ubicación real donde se expuso.

J3. Packagings. 250€

En la categoría de packagings, además de subir al servidor las imágenes y videos, de debe enviar físicamente la obra a la sede de los Premios Aspid.

J4. Visuales en farmacia y expositores PLV. 250€

En esta subcategoría hay que presentar fotografías del visual o expositor instalado en la farmacia.

J5. Infografías. 250€

En esta subcategoría se encuadran representaciones visuales informativas (pictogramas, ideogramas y logogramas) impresas o no, que formen descripciones, secuencias expositivas, argumentativas o narrativas.

ASPID DE PLATINO

Este premio se otorgará, según votación del Jurado de Creatividad, entre los Oros de esta edición, exceptuando los de las categorías C y D. En caso de empate, el Jurado volverá a votar sobre las obras empatadas hasta proclamar el ganador. En caso de empate, el voto de calidad del Presidente del Jurado, designará la obra ganadora. En el caso de que el Presidente del Jurado estuviera vinculado con alguna de las obras a desempatar, el voto de desempate correrá a cargo del Comité Ejecutivo de los Premios Aspid.

PREMIO ESPECIAL AL ANUNCIANTE DEL AÑO

Este premio se otorgará a aquel anunciante que haya conseguido más premios Aspid en total. En caso de empate, será ganador aquel anunciante que haya conseguido más oros, platas, etc.

PREMIO ESPECIAL A LA AGENCIA DEL AÑO

Este premio se otorgará la agencia que se sitúe en el primer lugar del palmarés.

PREMIO ESPECIAL A LA AGENCIA MÁS PREMIADA

Este premio se otorgará la agencia que haya ganado más premios Aspid en total. En caso de empate, ganará la agencia que haya quedado mejor situada en el palmarés.

OBSERVACIONES GENERALES

1. Campaña Integral: Se entiende como Campaña Integral aquella campaña en la que se presenten, como mínimo, dos o tres (depende de la categoría) elementos diferentes o canales diferentes de comunicación, como por ejemplo: anuncios en prensa, folletos de visita, productos editoriales, otros recursos de visita, audiovisuales, Spots, marketing directo, publicidad exterior, visuales en farmacias, acciones online, digital y plataformas en Internet, elementos multimedia, stands.

En las Campañas Integrales, es aconsejable subir al servidor un vídeo explicativo de la obra en formato MP4 y cuya duración no supere los dos minutos.

2. En todas las subcategorías digitales, exceptuando la de banners, es aconsejable subir al servidor un vídeo explicativo de la obra en formato MP4 y cuya duración no supere los dos minutos.

3. Las campañas de productos alimenticios o nutricionales han de haber sido avaladas por la EFSA (European Food Safety Authority) www.efsa.europa.eu/

4. En las obras que haya que valorarlas a través de Internet, hay que indicar en el boletín de inscripción la dirección electrónica del sitio, así como las claves de acceso, en su caso.

5. Las obras presentadas, tanto gráficas como audiovisuales, no deben incluir ninguna etiqueta o imagen que pueda identificar a la agencia o empresa que presenta la obra.

6. Todas las impresiones en soporte rígido (foams) deben tener un tamaño máximo de DIN-A3.

7. Los audiovisuales explicativos para el Jurado no pueden sobrepasar los dos minutos de duración. Si sobrepasa ese tiempo se cortará su visualización a los dos minutos.

Para resolver dudas y consultas:

☎ 933 004 211

✉ sede@premiosaspid.es

