

MANUAL DE  
INSCRIPCIÓN  
PREMIOS DE  
**CREATIVIDAD  
EXTERIOR**  
JCDecaux  
2025

Lo que nace  
en la calle  
puede inspirar  
al mundo

# ÍNDICE

## PROFESIONALES SENIOR

---

EJECUCIÓN VISUAL	4
EXPERIENCIA DE MARCA	6
USO EFICAZ DEL MEDIO EXTERIOR	9
CASO IBEROAMÉRICA	11

## NUEVOS TALENTOS

---

NUEVOS TALENTOS UNICEF	15
------------------------	----

# CATEGORÍAS PARA PROFESIONALES SENIOR

# Título categoría: EJECUCIÓN VISUAL

## Descripción categoría:

Podrán presentarse campañas diseñadas para cualquier soporte convencional o digital en cualquier entorno o formato de exterior desde mobiliario urbano, lonas, centros comerciales, transportes. Puede abarcar las siguientes ejecuciones:



**Print:** cualquier cartelería en soportes OOH en cualquier entorno desde mobiliario urbano, centros comerciales, transportes o lonas. Puede incluir impresiones sobre soportes OOH/DOOH como vinilos parciales/integrales o marketing espectacular.



**Digital:** cualquier contenido digital, con y sin movimiento, en soportes DOOH en cualquier entorno desde mobiliario urbano, centros comerciales o transportes. Puede incluir ejecuciones tanto en 2D como 3D.

Se valorarán tanto la idea creativa como el uso óptimo del lenguaje visual en la comunicación aplicado a formatos convencionales con contenidos de papel/impresos, o formatos digitales con contenido digital orientado a generar un impacto visual.

## Criterios de valoración:

Los criterios de evaluación de una campaña de Ejecución Visual deben responder a una buena idea creativa, un óptimo diseño visual y su correcta adaptación a un formato de exterior. Para evaluar esta categoría, JCDecaux podrá utilizar herramientas de terceros de análisis basadas en Inteligencia Artificial.

## Material para la inscripción:

### OBLIGATORIO

- **Descripción de campaña** Máximo 1.500 palabras a través del campo en formulario.
- **JPGs o MP4 de los artes finales** para analizar con herramientas de IA.

### MUY RECOMENDABLE

- **Fotografías de campaña** JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px

### OPCIONAL

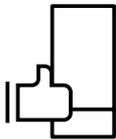
- **Board o imagen resumen** JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px
- **Videos** MP4 de máximo 100MB
- **URL a vídeo (Youtube o VIMEO)**

# Título categoría:

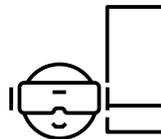
# EXPERIENCIA DE MARCA

## Descripción categoría:

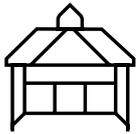
Podrán presentarse campañas diseñadas para cualquier soporte convencional o digital, en cualquier entorno o formato de exterior, así como espacios públicos sin soporte de exterior. Se valorarán aquellas campañas que trasciendan el lenguaje visual pudiendo llegar a interactuar con el usuario, ya sea mediante la integración en soporte de tecnología interactiva/sensorial o activaciones experienciales en calle no asociadas a soporte. También se pueden incluir construcciones especiales que transformen el soporte, generando un mayor impacto. Puede abarcar las siguientes ejecuciones:



**Digital Interactivo:** cualquier campaña en soportes OOH transformados o DOOH nativos que emitan contenidos digitales enfocados a generar interacción con el usuario. Pueden incluir aquellas campañas que buscan la participación del consumidor mediante pantallas digitales/táctiles, tecnología de movimiento, RV/RA, uso de móviles e integración/amplificación en redes sociales, juegos interactivos o contenido dinámico conectado a feeds de data.

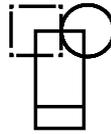


**Experiencias Asociadas a Soporte:** cualquier campaña en soportes OOH/DOOH que involucren al usuario mediante interacción física directa con el soporte. Puede incluir experiencias inmersivas a gran o pequeña escala, a través de marketing experiencial y sensorial. La experiencia debe asociarse a la existencia de un soporte de exterior en cualquier entorno o formato.



**Experiencias No Asociadas a Soporte:**

cualquier activación de exterior no asociada a soportes OOH/DOOH que genere interacción entre usuario y marca. Puede incluir instalaciones especiales o activaciones que impliquen algo en directo y son presenciadas por un público en tiempo real como stands de marca, eventos promocionales, Street marketing o PR.



**Construcciones Especiales:** cualquier campaña que conlleve transformaciones del soporte con construcciones especiales como, por ejemplo, corpóreos que modifiquen la morfología original del soporte.

**Criterios de valoración:**

Los criterios de valoración de una campaña de Experiencia de Marca pueden responder, por un lado, al aprovechamiento creativo y no convencional de los soportes, o a la generación de una experiencia, que puede ser interactiva/inmersiva entre usuario y soporte o con el entorno y los espacios públicos donde se desarrolla la acción.

## Material para la inscripción:

### OBLIGATORIO

- **Descripción de campaña** Máximo 1.500 palabras a través del campo en formulario.

### MUY RECOMENDABLE

- **Videos** MP4 de máximo 100MB
- **URL a vídeo (Youtube o VIMEO)**

### OPCIONAL

- **Board o imagen resumen** JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px
- **Fotografías de campaña** JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px

# Título categoría:

# USO EFICAZ DEL MEDIO EXTERIOR

## Descripción categoría:

Podrán presentarse aquellas campañas que demuestren el uso eficaz del medio exterior. No se premiará el éxito de una actuación empresarial ni de marketing, sino la demostración de la eficacia que la comunicación comercial ha tenido a través del uso del medio exterior, de acuerdo con los datos aportados en el caso.

## Criterios de valoración:

Esta categoría, creada en conjunto con los “Premios a la Eficacia”, promovidos por la Asociación Española de Anunciantes, tiene unos criterios de evaluación específicos con los que el jurado valorará cada uno de los casos presentados. A continuación, se especifican los criterios y su ponderación, siendo los mismos que en los “Premios a la Eficacia”:



**Estrategia (30%):** Se valorará la estrategia de la comunicación desarrollada en el medio exterior.



**Idea y Ejecución (25%):** Se valorará el grado de innovación que supone la solución aportada y, muy especialmente, las nuevas ideas creativas en el uso del medio exterior.



**Resultados (45%):**

Se valorará el nivel de retorno de la inversión realizada en comunicación, su explicación y justificación. Se valorará la calidad y la innovación de las herramientas de medición utilizadas para demostrar los efectos de la comunicación.

**Material para la inscripción:**

**OBLIGATORIO**

- **Descripción de campaña** Máximo 3.500 palabras en el Word “**Ficha de Categoría Uso Eficaz del Medio Exterior**”.

**MUY RECOMENDABLE**

- **Board o imagen resumen**  
JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px

**OPCIONAL**

- **Videos** MP4 de máximo 100MB
- **Fotografías de campaña** JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px
- **URL a vídeo (Youtube o VIMEO)**

# Título categoría:

# CASO

# IBEROAMÉRICA

## Descripción categoría:

Podrán presentarse campañas de exterior equivalentes a la descripción de las categorías “Ejecución Visual” y “Experiencia de Marca” que hayan sido impulsadas por cualquier país de Iberoamérica donde JCDecaux tenga presencia, independientemente del exclusivista responsable de la exhibición.

Como campaña de “Ejecución Visual” podrán presentarse campañas diseñadas para cualquier soporte convencional o digital en cualquier entorno o formato de exterior desde mobiliario urbano, lonas, centros comerciales, transportes. Puede abarcar las siguientes ejecuciones:



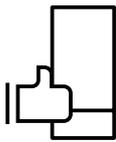
**Print:** cualquier cartelería en soportes OOH en cualquier entorno desde mobiliario urbano, centros comerciales, transportes o lonas. Puede incluir impresiones sobre soportes OOH/DOOH como vinilos parciales/integrales o marketing espectacular.



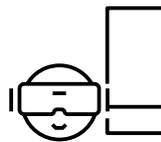
**Digital:** cualquier contenido digital, con y sin movimiento, en soportes DOOH en cualquier entorno desde mobiliario urbano, centros comerciales o transportes. Puede incluir ejecuciones tanto en 2D como 3D.

Se valorarán tanto la idea creativa como el uso óptimo del lenguaje visual en la comunicación aplicado a formatos convencionales con contenidos de papel/impresos, o formatos digitales con contenido digital orientado a generar un impacto visual.

Como campaña de “Experiencia de Marca” podrán presentarse campañas diseñadas para cualquier soporte convencional o digital, en cualquier entorno o formato de exterior, así como espacios públicos sin soporte de exterior. Se valorarán aquellas campañas que trasciendan el lenguaje visual pudiendo llegar a interactuar con el usuario, ya sea mediante la integración en soporte de tecnología interactiva/sensorial o activaciones experienciales en calle no asociadas a soporte. También se pueden incluir construcciones especiales que transformen el soporte, generando un mayor impacto. Puede abarcar las siguientes ejecuciones:



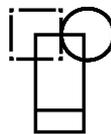
**Digital Interactivo:** cualquier campaña en soportes OOH transformados o DOOH nativos que emitan contenidos digitales enfocados a generar interacción con el usuario. Pueden incluir aquellas campañas que buscan la participación del consumidor mediante pantallas digitales/táctiles, tecnología de movimiento, RV/RA, uso de móviles e integración/amplificación en redes sociales, juegos interactivos o contenido dinámico conectado a feeds de data.



**Experiencias Asociadas a Soporte:** cualquier campaña en soportes OOH/DOOH que involucren al usuario mediante interacción física directa con el soporte. Puede incluir experiencias inmersivas a gran o pequeña escala, a través de marketing experiencial y sensorial. La experiencia debe asociarse a la existencia de un soporte de exterior en cualquier entorno o formato.



**Experiencias No Asociadas a Soporte:** cualquier activación de exterior no asociada a soportes OOH/DOOH que genere interacción entre usuario y marca. Puede incluir instalaciones especiales o activaciones que impliquen algo en directo y son presenciadas por un público en tiempo real como stands de marca, eventos promocionales, Street marketing o PR.



**Construcciones Especiales:** cualquier campaña que conlleve transformaciones del soporte con construcciones especiales como, por ejemplo, corpóreos que modifiquen la morfología original del soporte.

## Criterios de valoración:

Como campaña de “Ejecución Visual”, los criterios de valoración deben responder a una buena idea creativa, un óptimo diseño visual y su correcta adaptación a un formato de exterior. En este caso, JCDecaux podrá utilizar herramientas de terceros de análisis basadas en Inteligencia Artificial.

Como campaña de “Experiencia de Marca”, los criterios de valoración pueden responder, por un lado, al aprovechamiento creativo y no convencional de los soportes, o a la generación de una experiencia, que puede ser interactiva/inmersiva entre usuario y soporte o con el entorno y los espacios públicos donde se desarrolla la acción.

## Material para la inscripción:

### OBLIGATORIO

- **Descripción de campaña** Máximo 1.500 palabras a través del campo en formulario.
- **JPGs o MP4 de los artes finales** para analizar con herramientas de IA.

### MUY RECOMENDABLE

- **Videos** MP4 de máximo 100MB
- **Fotografías de campaña** JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px
- **URL a vídeo (Youtube o VIMEO)**

### OPCIONAL

- **Board o imagen resumen** JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px

# CATEGORÍAS PARA NUEVOS TALENTOS

# Título categoría: **NUEVOS TALENTOS UNICEF**

## **Descripción categoría:**

Los participantes deberán trabajar sobre el briefing desarrollado por **UNICEF®** para diseñar una campaña aplicada al medio exterior.

## **Material para la inscripción:**

### **OBLIGATORIO**

— **Descripción de campaña** Máximo 250 palabras a través del campo en formulario.

— **Piezas de campaña** JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px

## MUY RECOMENDABLE

- **Board o imagen resumen** JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px

## OPCIONAL

- **Videos** MP4 de máximo 100MB
- **URL a vídeo (Youtube o VIMEO)**

2025



PREMIOS  
JCDecaux

POTENCIA

*Exterior*

Lo que nace  
en la calle  
puede inspirar  
al mundo