



## FUNDAMENTO

El Premio a los valores sociales en la comunicación publicitaria, convocado por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), la Asociación de Medios Publicitarios de España (AMPE), la Asociación Española de Anunciantes (AEA) y la Asociación Española de Agencias de la Comunicación Publicitaria (AEACP), es una iniciativa puesta en marcha por dichas entidades, que se enmarca dentro de lo que es el **MOVIMIENTO PARA COLABORAR EN LA PROMOCIÓN DE LOS VALORES SOCIALES EN NUESTRA SOCIEDAD**, como un compromiso del sector publicitario para que el mundo y la sociedad sean un poco mejor.

## OBJETIVO

El objetivo del premio es poner de manifiesto las posibilidades y la importancia de la comunicación comercial como instrumento para influir en los valores de la sociedad, premiando aquellas campañas publicitarias, que en el ámbito de la comunicación comercial, se hayan distinguido por la promoción de los mismos. Se busca resaltar esa dimensión educativa y de transmisión y puesta en valor mediante dicho reconocimiento público. Quedan excluidas de este premio todas aquellas campañas de bienes o servicios públicos no comerciales (ONGs, asociaciones, fundaciones, etc).

Para ello dichas entidades han decidido promover la incorporación de valores sociales en sus comunicaciones publicitarias y crear un premio, denominado **PREMIO A LA PUBLICIDAD Y LOS VALORES SOCIALES** que premiará al anunciante y la agencia de publicidad, responsables de la campaña publicitaria galardonada por el Jurado.

## CRITERIOS DE SELECCIÓN

Las deliberaciones y votaciones del Jurado se realizarán en base a las campañas emitidas en periodos de tres meses, octubre a diciembre de 2016; enero a marzo, abril a junio y julio a octubre de 2017. De dichas deliberaciones quedarán nominadas las campañas finalistas a optar por el premio.

Para ello se habilitarán los canales para el envío de candidaturas (piezas o campañas publicitarias), con las que deseen concursar. Las asociaciones participantes por sus propios medios podrán aportar, si así lo consideran, piezas a concurso, informando de ello a la agencia y el anunciante correspondiente.

Las votaciones se desarrollarán en la más absoluta neutralidad, y siempre en base a los criterios técnicos y profesionales más objetivos que, reunidos en las campañas de publicidad seleccionadas, respalden el acierto del premio: Idea, creatividad, calidad, notoriedad, y la correcta adecuación al medio publicitario, con la mayor aportación de valores sociales en el desarrollo de su comunicación. Las decisiones finales del Jurado serán respetadas por las asociaciones participantes, e inapelables por las empresas concursantes.

## EL JURADO

El Jurado estará integrado por los máximos responsables de las entidades convocantes (FAD, AMPE, AEA y AEACP), y personas destacadas de la sociedad civil. Ostentará la presidencia del Jurado el Presidente de la FAD, y tendrá voto de calidad en el caso de empate en las votaciones; así mismo actuará como secretario el director general de la FAD, éste sin voto.

En principio el Jurado entregará un solo premio, a aquella campaña publicitaria que a su juicio destaque sobre el resto. No obstante podrán otorgarse menciones de honor si el Jurado lo estimara oportuno.

Se tomarán en cuenta las piezas exhibidas durante el periodo establecido de lo 1 de octubre de 2016 al 31 de octubre de 2017, y en los siguientes medios y soportes: cine, diarios, exterior e interior, internet, radio, revistas y/o suplementos, televisión, mobile, y branded content.

## PROCEDIMIENTO Y REQUISITOS

El Premio tiene carácter anual y, la inscripción de los anuncios y de las campañas publicitarias, es de carácter gratuito.

Los anuncios deben haber sido creados por agencias de publicidad radicadas en el territorio nacional o, de otros países, siempre que cuenten con oficina de representación en España.

Las agencias y anunciantes que deseen participar deben enviar, a lo largo del año, sus anuncios o campañas por medios electrónicos.

Los anuncios que participen deberán presentarse para cada sección de medios, en soporte diferenciado y por separado, con el nombre designado al anuncio, la empresa anunciante y, la agencia de publicidad.

## EL PREMIO

El premio se materializará en una estatuilla original realizada en exclusiva para este premio.

## ENTREGA DEL PREMIO

La entrega se realizará en el mes de noviembre de 2017 (fecha a determinar).

## DISPOSICIONES FINALES

El Director General de la FAD actuará como Secretario del Jurado, pero sin voto.

Podrán concursar, aquellas campañas de los medios publicitarios y de comunicación, realizadas por ellos mismos o por la Agencia de Publicidad, para su propia promoción, o de sus productos y servicios. Las empresas premiadas podrán hacer uso de este hecho para su propia imagen. Del mismo modo, las asociaciones que participan y sus asociados podrán hacer uso del anuncio o de la campaña premiada, para la divulgación, promoción y conocimiento del Premio. Las asociaciones que participan se reservan el derecho de acordar la incorporación de otros premios y de categorías de Medios Publicitarios, si así lo estimaran conveniente.

Las empresas concursantes aceptan, de antemano, estas bases que declaran conocer.