

BASES DE PARTICIPACIÓN

PREMIOS DE CREATIVIDAD EXTERIOR JCDecaux 2026 (Edición XXIII)

Los Premios JCDecaux de Creatividad Exterior reconocen e impulsan el talento, las ideas creativas y las buenas campañas en el medio exterior, realizadas por las agencias creativas, agencias de medios y los anunciantes en España. Asimismo, difunden y premian la creatividad en el medio exterior entre los estudiantes.

1. ASPECTOS GENERALES

Los Premios JCDecaux de Creatividad Exterior comprenden las siguientes áreas:

- **SENIOR:** Destinada a agencias de medios, agencias creativas, agencias digitales, anunciantes o profesionales *freelance*.
- **NUEVOS TALENTOS:** Dirigida a estudiantes de publicidad, diseño o similar, mayores de 18 años, residentes legales en España y que durante la vigencia del concurso estén cursando algún grado, máster o similar, de publicidad, diseño o similar en una universidad o centro homologado.

2. FECHAS DE CONVOCATORIA 2025-2026

Las fechas de la convocatoria 2025-2026 son las siguientes:

- Plazo para inscripción de campañas: del 7 de octubre de 2025 al 15 de enero de 2026 a las 23.59h.
- Publicación de los ganadores tras la gala de entrega de premios en febrero 2026.

3. INSCRIPCIÓN PARA PROFESIONALES SENIOR

3.1. ¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR COMO PROFESIONAL SENIOR?

- Pueden participar agencias de medios, agencias creativas, agencias digitales, anunciantes o profesionales *freelance* españoles o con residencia en España.
- Los trabajos a concurso deberán haber sido exhibidos entre el período comprendido desde el 1 de enero de 2025 al 31 de diciembre de 2025.
- Podrán presentarse piezas realizadas y exhibidas en España, así como piezas exhibidas fuera de España, pero creadas por agencias con domicilio social en España, así como por anunciantes o profesionales *freelances* españoles o con residencia en España.

- No es necesario que las campañas hayan sido exhibidas en soportes de JCDecaux, pueden participar campañas exhibidas por cualquier exclusivista de comunicación exterior.
- Se puede inscribir más de una campaña en una misma o distintas categorías, ya que no hay límite de participación. El único requisito es que cada campaña se presente de manera independiente, a través del formulario de inscripción.
- No se podrán presentar de nuevo piezas que hayan sido finalistas o premiadas en ediciones anteriores de los Premios JCDecaux.
- La inscripción no tiene coste, es de carácter gratuito.

3.2. ¿EN QUÉ CATEGORÍAS?

Como senior, se pueden inscribir campañas en cualquiera de las siguientes categorías:

3.2.1. CATEGORÍA 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.

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.

3.2.2. CATEGORÍA 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.

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.

3.2.3. CATEGORÍA USO EFICAZ DEL MEDIO EXTERIOR

Este año, la selección de campañas para la categoría Uso Eficaz del Medio Exterior se basará en una shortlist predeterminada. Esta lista estará compuesta por campañas que ya fueron finalistas o premiadas en los Premios a la Eficacia 2025, específicamente aquellas que incluyeron un componente significativo de publicidad exterior.

Los criterios finales de valoración estarán totalmente a discreción del jurado. Esto permitirá evaluar libremente distintos aspectos de las campañas, tales como la creatividad de la gráfica, la innovación en la planificación y ejecución, o la manera en que se ha logrado una amplificación efectiva en otros medios, por mencionar algunos ejemplos. El criterio fundamental de base para formar parte de la shortlist y ser considerado para esta categoría es haber sido previamente reconocido en los Premios a la Eficacia.

Esta dinámica busca destacar la excelencia en el uso de la publicidad exterior para cumplir con objetivos de negocio, mientras se valoran aspectos adicionales como la innovación o la creatividad al servicio de la eficacia.

3.2.4. CATEGORÍA CASO IBEROAMÉRICA

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.

Los criterios de valoración y materiales de inscripción serán los mismos que los de las categorías Ejecución Visual y Experiencia de Marca.

Dichas campañas no podrán presentarse en otra categoría.

3.3. ¿CÓMO PARTICIPAR COMO PROFESIONAL SENIOR?

La inscripción se realizará a través del formulario de inscripción para ‘Profesionales Senior’ habilitado en la plataforma www.formulariopremios.com

Para la inscripción será necesario:

- Aportar los datos identificativos de la campaña: título, anunciante, marca/producto, agencia de medios, agencia creativa, fecha de inicio y fin de campaña.
- Incluir una descripción de máximo 500 palabras que ponga en valor la idea creativa, estrategia, ejecución y resultados de negocio conseguidos, si aplicaran.
- Aportar los datos del responsable de inscripción de la campaña para actuar como interlocutor durante todo el proceso de inscripción.
- Subir las piezas que mejor expongan la campaña. Importante: los nombres de las agencias tanto creativa como de medios no deberán incluirse en las piezas, solo aparecerán en el formulario. Las piezas que pueden subirse son del siguiente tipo:
 - Board o imagen resumen - JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px.
 - Fotografías de campaña - JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px.
 - Artes Finales - JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px. Estos archivos solo serán necesarios en el caso de la categoría Ejecución Visual, ya que se podrán usar para analizar la correcta adaptación de la creatividad al medio exterior a través de herramientas de terceros, basadas en inteligencia Artificial.
 - Vídeo case de campaña – MP4 de máximo 100MB
URL a plataforma de vídeo – Youtube o Vimeo
- Firmar y adjuntar en el formulario de inscripción la “Ficha de Aprobación y Autorización de Campaña”. Esta ficha debe ir firmada por la empresa que aprobó la campaña y sirve para garantizar su existencia y exhibición en exterior. La ficha está disponible para su descarga en el propio apartado dentro del formulario de inscripción.

4. INSCRIPCIÓN PARA NUEVOS TALENTOS

4.1. ¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR COMO NUEVOS TALENTOS?

- Pueden participar en esta categoría, los estudiantes de publicidad, diseño o similar, mayores de 18 años, residentes legales en España y que durante la vigencia del concurso estén cursando algún grado, máster o similar, de publicidad, diseño o equivalente, en una universidad o centro homologado.
- Corresponde a los participantes decidir si participan de manera individual o si lo hacen en duplas o en grupos. Importante: en caso de participar en duplas o grupos y resultaren ganadores del oro, solo una persona podrá acceder al premio y corresponderá al grupo decidir el beneficiario (*Ver punto 6*).
- Los participantes solo podrán inscribir una campaña.

- La inscripción no tiene coste, es de carácter gratuito.

4.2. ¿CÓMO PARTICIPAR COMO NUEVOS TALENTOS?

Los participantes deberán trabajar sobre el briefing desarrollado por **UNICEF®** para diseñar una campaña aplicada al medio exterior. El documento de briefing está disponible para su descarga y consulta desde la web de los premios.

Una vez creada la campaña, la inscripción se realizará a través del formulario de inscripción para Nuevos Talentos habilitado en la plataforma www.formulariopremios.com

Para la inscripción será necesario:

- Aportar los datos identificativos de la campaña.
- Incluir una breve descripción de máximo 500 palabras que ponga en valor la idea creativa.
- Aportar los datos del responsable de inscripción de la campaña para actuar como interlocutor durante todo el proceso de inscripción.
- Subir las piezas que mejor expongan la campaña. Las piezas que pueden subirse son del siguiente tipo:
 - Board o imagen resumen - JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px
 - Fotografías de campaña - JPG o PNG de 1920x1080px o 1080x1920px
 - Vídeo case de campaña – MP4 de máximo 100MB
 - URL a plataforma de vídeo – Youtube o Vimeo

5. EL JURADO

Los integrantes del Jurado serán profesionales destacados del sector. De entre sus miembros, uno será nombrado presidente, y todos contarán con la asistencia de secretarios.

El Jurado podrá otorgar en cada categoría del área, profesionales senior o nuevos talentos, un primer, segundo y tercer premio. Además, en el caso de las inscripciones “*Profesionales Senior*”, el Jurado podrá otorgar un Gran Premio.

Los miembros del Jurado se comprometen a guardar estricta confidencialidad sobre las deliberaciones. Asimismo, el Jurado se abstendrá de votar y no aportará opiniones en todas las piezas presentadas por su compañía o sus filiales; sí podrá votar en los casos de otras compañías que pertenezcan a su grupo de empresas, pero que no sean dependientes de la suya. A estos efectos, se estará a lo dispuesto en el artículo 42 del Código de Comercio Español.

El Jurado se reserva el derecho a efectuar los cambios que considere oportunos en aras a la mejora de los premios, respetando la estructura de categorías expuestas en las presentes bases. Las decisiones adoptadas por el Jurado del certamen son definitivas e irrevocables, siempre que se adapten a las presentes bases.

6. GANADORES

Los ganadores serán dados a conocer públicamente en la entrega de premios que se celebrará en febrero de 2026.

En el caso de las categorías de “Profesionales Senior” se podrán entregar un primer, segundo y tercer premio, además de un Gran Premio.

En el caso de la categoría de “*Nuevos Talentos*”, el primer premio está dotado con una beca remunerada de tres (3) meses en el *Departamento de Marketing* de UNICEF® España. Dicha beca, está destinada a una sola persona, por lo que los estudiantes que decidan participar en dupla o en grupo deberán decidir qué persona accede finalmente a la beca. Una vez se falle el premio, será UNICEF®, quien gestione todo lo relacionado con el ganador del premio.

7. DERECHOS

Los participantes ceden con carácter gratuito, en exclusiva, sin limitación territorial alguna y por el máximo plazo de tiempo que le reconoce la normativa vigente, a JCDecaux España S.L.U., los derechos de propiedad intelectual que les corresponden sobre la/s creatividad/es presentada/s para su participación en la categoría Nuevos Talentos, incluyendo los derechos de uso, edición, publicación, reproducción, distribución y comunicación pública. Los participantes garantizan que son los titulares de los derechos de propiedad intelectual de la/s creatividad/es presentada/s en la referida categoría.

Los participantes como “*Profesionales Senior*”, ceden el derecho de uso y difusión de las piezas presentadas a concurso a efectos de comunicación pública de JCDecaux España, S.L.U. Dichas piezas podrán ser incluidas en dossiers físicos o electrónicos de la Empresa JCDecaux España, S.L.U. como ejemplo de creatividad aplicada al medio Exterior. JCDecaux España, S.L.U., poseerá todos los derechos de imagen y uso inherentes a las creatividades ganadoras. La participación supone la aceptación expresa de las presentes bases de participación. JCDecaux S.L.U. se reserva el derecho de admisión de cualquier pieza presentada a concurso.

Los participantes que resulten finalistas y/o ganadores ceden sus derechos de imagen a efectos de promoción y comunicación pública de JCDecaux España S.L.U. en sus canales propios y comunicados de prensa a terceros, así como de registro y publicidad de la actividad y del negocio del Grupo Empresarial al que pertenece JCDecaux.

Los participantes que resulten finalistas y/o ganadores, aceptan y consienten que JCDecaux España, S.L.U., no será responsable de los distintos usos que las redes sociales y/o sus usuarios puedan hacer de los datos/imagen en el momento en que sean subidos en cualquier red social.

8. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De conformidad con lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016 y demás legislación concordante relativo a la Protección de las Personas Físicas, se indica que:

- El responsable del tratamiento de datos es JCDecaux España, S.L.U., Avenida de Aragón 328, CP 28022, Madrid (España).
- La finalidad principal del tratamiento es única y exclusivamente para gestionar el

concurso “Premios JCDecaux de Creatividad Exterior”. Asimismo, JCDecaux España, S.L.U. se compromete a dar un uso debido a los datos que obtengan como consecuencia de la precitada finalidad.

- Los datos serán conservados durante todo el tiempo de vigencia del presente concurso, conservándose posteriormente de forma bloqueada en la medida que pudieran resultar necesarios para atender a potenciales reclamaciones derivadas del presente concurso.
- Los datos de los usuarios no serán objeto de cesión a ningún tercero ni a un tercer país u organización internacional, excepto en aquellos supuestos en los que resulte legalmente necesario.

Destinatarios de los Datos

Sus datos únicamente serán comunicados, en la medida en que dicha comunicación sea necesaria u obligatoria, de acuerdo con la legislación vigente.

JCDECAUX podrá transferir sus datos personales a terceros y proveedores ubicados fuera del Espacio Económico y Europeo (EEE), los cuales cuentan con la normativa en materia de protección de datos diferente y no equivalente con las Leyes y Reglamentos de Protección de Datos.

En estos supuestos, JCDECAUX asegura adoptar las garantías adecuadas orientadas a proporcionar a los datos personales el nivel de seguridad y protección equiparable con las leyes y Reglamentos de Protección de Datos del EEE, en los términos recogidos en la normativa aplicable (por ejemplo, a través de la firma de las Cláusulas Contractuales Tipo aprobadas por la Comisión Europea y la toma las medidas técnicas y organizativas necesarias), para garantizar con cada proveedor el nivel de seguridad adecuado.

Los usuarios pueden ejercitar, si están interesados en ello, sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación al tratamiento de datos, portabilidad de datos, así como a no ser objeto de decisiones automatizadas mediante solicitud dirigida a la atención del Responsable de Protección de Datos, JCDecaux España, S.L.U. en la Avenida de Aragón 328, CP 28022, Madrid (España), o a la siguiente dirección de correo electrónico: protecciondedatos@jcdecaux.com, adjuntando copia de su D.N.I.

Si quiere conocer más acerca del tratamiento de sus datos personales por parte de JCDecaux puede consultar nuestra Política de Privacidad: [Política de privacidad | JCDecaux España](#).