

BASES II PREMIOS DOOH

Los II Premios de DOOH reconocen la excelencia en la publicidad digital exterior, destacando el uso innovador de la data, la creatividad y la integración omnicanal. Estos galardones premian a las campañas más destacadas en la compra programática, la optimización del dato y el impacto del DOOH en el performance y el ámbito local. Dirigidos a agencias de medios, creativas y anunciantes, los premios buscan impulsar la evolución del sector y fomentar las mejores prácticas en el uso de este medio.

CATEGORÍAS

1. Mejor Uso de la Data en DOOH

Premiará las campañas que mejor utilicen la data para segmentar y personalizar mensajes, logrando una mayor efectividad y relevancia en sus anuncios. Integración de datos de primera y tercera parte, donde estas fuentes consigan optimizar y hacer más eficientes todos los pasos del proceso publicitario y su planificación

2. Mejor Uso de la Creatividad en DOOH

Reconocerá las campañas que demuestren un mejor uso disruptivo y creativo de piezas publicitarias en el medio digital exterior con una innovación y creatividad excepcional en sus anuncios DOOH, captando la atención del público de manera efectiva y memorable.

3. Mejor Campaña Omnicanal

Celebrará las estrategias de campaña que integren de manera exitosa el DOOH con otros canales de marketing, creando una experiencia de marca cohesiva y efectiva en múltiples plataformas. Se evaluará el impacto del uso estratégico de cada canal y la sinergia entre ellos.

4. Mejor Campaña Programática en DOOH

Premiará a las campañas que utilicen tecnologías programáticas de manera sobresaliente para la compra y gestión de espacios publicitarios DOOH, maximizando el impacto y eficiencia de las inversiones. Utilización de DSPS, SSPS y medio de exterior, para desarrollar una campaña programática en DOOH.

5. Mejor Campaña en DOOH Aplicado a Performance

Reconocerá las campañas que hayan logrado resultados medibles y significativos en términos de performance, utilizando el DOOH como un canal clave en sus estrategias de marketing. Es importante relacionar este canal, con posibles uniones al mundo físico, como retail media, trade marketing o drive to store.

6. Mejor Uso Local en DOOH

Premiará las campañas que demuestren una efectiva adaptación y relevancia a nivel local, utilizando el DOOH para conectar marcas nacionales con

necesidades locales, utilizando este medio para dar resultados locales a dealers, concesionarios, o prescriptores locales.

PARTICIPACIÓN

Pueden participar en estos premios: agencias de medios, agencias creativas, agencias digitales, anunciantes o profesionales freelance.

Los trabajos deben haber sido exhibidos y difundidos hasta el 1 de abril de 2026, tanto en España, como fuera de nuestras fronteras, pero creados por agencias cuya sede esté ubicada en España.

Cada compañía tendrá la posibilidad de presentar los casos que considere por categoría con la posibilidad de poder participar en dos categorías como máximo.

La participación es de carácter **GRATUITO**.

Cada pieza a concurso deberá cumplimentar y enviar a aldaragil@lapublicidad.net el siguiente formulario de inscripción, disponible en la web de los premios programática <https://forms.gle/xG2TFbzQDuNxUdAu5>

MATERIALES

Será obligatorio adjuntar **imágenes de la campaña** o, en su defecto, **un board visual** que permita comprender y visualizar el caso presentado.

De manera adicional y opcional, el caso podrá complementarse con los siguientes materiales una vez subida la ficha y el formulario:

- Video case (máx. 2 minutos).
- Piezas originales: vídeo, audio, imagen, etc.
- URL.

En el caso de que la campaña resulte **ganadora**, será necesario facilitar un **vídeo del caso** para su proyección durante la gala de entrega de premios, con una **duración máxima de 1 minuto**.

FECHAS

Fecha límite de entrega de materiales: martes 14 de abril a las 11:59 AM

La **votación tendrá lugar desde el día 15 de abril hasta el 17 de abril a las 20:00 horas**.

La **entrega de premios tendrá lugar el 22 de abril de la mano del foro DOOH**.

JURADO

De entre todas las campañas presentadas hasta el día 14 de abril, se realizará una votación por parte de los miembros del Club de Expertos en DOOH.

Como resultado de esta votación y en caso de empate el jurado designado por el Consejo Editorial de La PublicidadAD seleccionará a los premiados en cada categoría.