# BASES Y CONDICIONES

VID

## VINO Y DISEÑO

## CONCURSO INTERNACIONAL DE PACKAGING DE VINO 4ª EDICIÓN

**Cierre de inscripciones:**
**6 de noviembre**

CONTENIDO


| | |
|---|---|
| QUÉ SON LOS PREMIOS VID | 2 |
| QUIÉN PUEDE PARTICIPAR | 2 |
| CONDICIONES GENERALES | 2 |
| PREMIOS QUE SE OTORGAN | 3 |
| PROCESO DE VOTACIÓN DEL JURADO | 3 |
| TARIFAS DE INSCRIPCIÓN | 4 |
| CATEGORÍAS | 5 |
| CRITERIOS DE VALORACIÓN | 5 |
| ESPECIFICACIONES TÉCNICAS | 6 |
| PREMIOS ESPECIALES | 7 |
| CONTACTO | 8 |

## QUÉ SON LOS PREMIOS VID

Es el Concurso Internacional de Packaging de Vino, organizado por el Club de Marketing de La Rioja cuya tercera edición se celebrará en diciembre de 2026 en Logroño. Estos premios están convocados para reconocer la excelencia en la conceptualización, diseño y realización del packaging de vino, entendiendo por éste el conjunto formado por botella, etiqueta, contraetiqueta, y cápsula, en el caso de los envases tradicionales de vidrio por cualquier conjunto similar en el caso de envases de otro tipo (aluminio, cartón, plástico, etc.).

El objetivo del concurso es identificar lo mejor del packaging del vino, más allá de los límites del diseño, difundir la cultura del diseño en el packaging vinícola y que sea una herramienta de divulgación y promoción. Los participantes en el concurso ayudan con su presencia a definir el estado del arte de la industria. Se trata de los únicos premios a la calidad, creatividad gráfica y ejecución del packaging exclusivamente para el mundo del vino de carácter internacional.

## QUIÉN PUEDE PARTICIPAR

En el Concurso pueden participar las bodegas de todo el mundo o, en su nombre, los estudios de diseño, agencias o profesionales independientes que hayan elaborado los trabajos de diseño del packaging de vinos que se adapten a cualquiera de las categorías y que cumplan los criterios de entrada de los premios.

Las candidaturas deben corresponder a vinos que estén actualmente comercializándose en el mercado o hayan estado en los últimos dos años 2024 y 2025 en una cantidad superior a las 100 unidades. Los participantes deberán poder acreditar tal hecho si la organización del concurso lo solicitase.

Los participantes se comprometen al inscribirse a facilitar a la organización del concurso todos los materiales que fueran necesarios, incluido el envío de un número limitado de unidades de cada una de las piezas presentadas.

Inscripciones internacionales: al enviar las botellas y envases debe verse en el exterior del paquete el siguiente mensaje: "International Awards, Content No Comercial Value" En el caso de que el material enviado no coincidiera con el presentado en el PDF de la inscripción, esa candidatura quedará automáticamente descartada. No habrá lugar a ninguna reclamación en tal circunstancia.

Los miembros del jurado no pueden presentar candidaturas.

## CONDICIONES GENERALES

Serán admitidos todos los trabajos para productos que estén en la actualidad comercializándose en el mercado, o lo hayan estado en los años 2023 y 2024 y que no se hayan presentado en ediciones anteriores de los Premios VID. La fecha de lanzamiento al mercado del producto no es relevante, siempre y cuando el producto cumpla con el requisito descrito en este mismo párrafo.

Los diseños presentados tienen que tener como máximo 3 años de antigüedad.

No se podrá inscribir ninguna producción que no haya sido previamente autorizada por la bodega o diseñador. En todo caso, la responsabilidad será de la persona o entidad que efectúe la inscripción. Así mismo, no podrá presentarse ningún proyecto cuyo contenido haya sido declarado ilícito por los tribunales u organismos de autorregulación publicitaria respecto del mensaje transmitido.

Todo material y documentación presentada pasará a formar parte del archivo de la organización de los Premios VID autorizando la exhibición en público o privado de las piezas presentadas. Para la promoción del festival, los participantes autorizan la exhibición de sus trabajos, presentaciones públicas o privadas,

tantas veces y en tantos lugares como sea oportuno, así como su edición, distribución y venta como recopilación del contenido de los Premios VID. Los organizadores no son responsables de reclamaciones eventuales provenientes de tales presentaciones.

La organización y/o el jurado se reservan el derecho de realizar cambios de categoría en aquellas inscripciones de material que estime oportuno.
Los participantes galardonados tendrán derecho a realizar publicidad de los premios obtenidos en los Premios VID utilizando el logo y sello de la edición 2026.
El depósito de cualquier trabajo inscrito implica la aceptación de este reglamento por la persona o la sociedad depositante.

Cada trabajo o pieza constituirá UNA inscripción por cada sección en la que se inscriba.

Las inscripciones se realizarán exclusivamente por Internet a través de la herramienta Koolfest en la web **www.premiosvid.com.** En cada ficha de inscripción deberá escribirse una sinopsis informativa que figurará en la exposición de los premios y que ayude al jurado a entender bien el planteamiento de la acción llevada a cabo. Las inscripciones no se consideran completamente formalizadas hasta que se reciben los materiales, a través de la plataforma de Koolfest, así como el pago de dichas inscripciones. Revisar el detalle de los materiales en cada una de las secciones.

Los participantes que resulten premiados autorizan expresamente a la Organización y la secretaría técnica a difundir sus nombres, imágenes, datos personales y materiales inscritos en los medios y formas que consideren conveniente, sin derecho a percibir por esto compensación alguna. Todo el material inscrito queda en poder de la organización y la secretaría técnica y será incorporado a su archivo pudiendo ser utilizado con fines de promoción y difusión de los Premios VID. Cada participante al inscribirse el material, automáticamente autoriza a la Organización a la realización de presentaciones de premios y su difusión por cualquier medio de comunicación nacional o internacional físico o digital. La inscripción de trabajos en los Premios VID implica la aceptación de su reglamento y la autoridad de sus organizadores y secretaría técnica. Las situaciones no previstas en este reglamento serán resueltas por la organización y la secretaría técnica y su decisión será inapelable.

## PREMIOS QUE SE OTORGAN

A los finalistas se les hará llegar un diploma y al ganador un trofeo. La información de finalistas se hará pública una vez realizada la deliberación del jurado.

El jurado no está obligado a otorgar premios en todas las secciones, pudiendo dejar desiertas aquellas que considere no han recibido inscripciones con la calidad suficiente para recibir premio. Se debe contar con un registro mínimo de 2 proyectos de valor por categoría para no dejarla desierta.

Los ganadores podrán solicitar un duplicado de los trofeos hasta el 15 de enero de 2027.

## PROCESO DE VOTACIÓN DEL JURADO

La creatividad, calidad, ejecución y eficacia son los principales criterios de valoración en todas las categorías, pero no el único. Cada sección tiene incluida una ponderación de distintos factores que el jurado tendrá en cuenta. El jurado atenderá a las especiales características del mercado y sus limitaciones para valorar las piezas presentadas. El jurado, seleccionado por los Premios VID, valorará cada pieza en la reunión presencial en noviembre de 2026 y online a través de la herramienta de votación de los premios, con un baremo del 1 al 7, siendo 7 la mayor puntuación para la valoración de los trabajos.

Una vez realizada la valoración de cada sección, el jurado entrará a discutir sobre los premios para todos

aquellos que hayan obtenido una media entre 4 y 7 puntos y se decidirá el tipo de galardón por mayoría simple de los miembros del jurado presentes.

En caso de empate el premio, lo decidirá el presidente del jurado siempre y cuando no esté directamente involucrado en el proyecto. En ese caso será el secretario del jurado quien tomará la decisión.

## TARIFAS DE INSCRIPCIÓN

El precio de inscripción es de 165€ + IVA e incluye una entrada para la Entrega de Premios. Los miembros de Club de Marketing y organizaciones colaboradoras el precio base será 115€ + IVA. *La categoría Jóvenes Talentos del Diseño no tiene coste de inscripción.*

Precio inscripción general:

| | **Hasta el 31 de agosto** | **Hasta el cierre** |
|---|---|---|
| Precio unidad | 135 € | 165 € |
| Precio x 5 | 675 € | 825 € |
| **Pack x 5 (dscto 20%)** | **540 €** | **660 €** |

Precio inscripción socios y organizaciones colaboradoras:

| | **Hasta el 31 de agosto** | **Hasta el cierre** |
|---|---|---|
| Precio unidad | 95 € | 115 € |
| Precio x 5 | 475 € | 575 € |
| **Pack x 5 (dscto 15%)** | **380 €** | **460 €** |

**A estos precios hay que añadirle el 21% de IVA.**

**Transferencia bancaria** a nombre de **Club de Marketing de La Rioja** a la cuenta del banco Ibercaja:

- **IBAN:** ES16 2085 5651 3203 0047 9666
- **SWIFT:** CAZRES2Z
- **REFERENCIA:** PREMIOS VID

**Tarjeta bancaria** a través del sistema de inscripción.

No se admiten devoluciones una vez finalizado el proceso de pago de la inscripción.

## CATEGORÍAS

### 1. Mejor Packaging Blanco

Se valorarán los trabajos que hagan referencia al conjunto de actividades y materiales utilizados para diseñar, producir y presentar el envase de las botellas de vino. Que busque desempeñar un papel crucial en la comercialización y diferenciación del producto en el mercado, en este caso en la industria de vinos blancos.

### 2. Mejor Packaging Rosado

Se valorarán los trabajos que hagan referencia al conjunto de actividades y materiales utilizados para diseñar, producir y presentar el envase de las botellas de vino. Que busque desempeñar un papel crucial en la comercialización y diferenciación del producto en el mercado, en este caso en la industria de vinos rosados.

### 3. Mejor Packaging Espumoso

Se valorarán los trabajos que hagan referencia al conjunto de actividades y materiales utilizados para diseñar, producir y presentar el envase de las botellas de vino. Que busque desempeñar un papel crucial en la comercialización y diferenciación del producto en el mercado, en este caso en la industria de vinos espumosos.

### 4. Mejor Packaging Tinto

Se valorarán los trabajos que hagan referencia al conjunto de actividades y materiales utilizados para diseñar, producir y presentar el envase de las botellas de vino. Que busque desempeñar un papel crucial en la comercialización y diferenciación del producto en el mercado, en este caso en la industria de vinos tintos.

### 5. Mejor Packaging con base vínica (vermut, sangría, vino sin alcohol, etc.)

Se valorarán los trabajos que hagan referencia al conjunto de actividades y materiales utilizados para diseñar, producir y presentar el envase de las botellas de vino. Que busque desempeñar un papel crucial en la comercialización y diferenciación del producto en el mercado, en este caso en la industria de productos a base vínica, por ejemplo, vermut, sangría, vino sin alcohol, etc.

### 6. Mejor Rediseño Packaging

Se refiere al proceso estratégico que busque revitalizar el producto, mejorar la experiencia del consumidor y asegurar la competitividad en el mercado. Al abordar aspectos claves como la estética, la funcionalidad, la sostenibilidad y la innovación, se puede crear un empaque que no sólo proteja y conserve el vino, sino que también fortalezca el vínculo emocional con los consumidores y potencie las ventas.

### 7. Mejor Packaging Gama de Productos

Se refiere al diseño y la presentación de los envases y empaques de varios productos relacionados que pertenecen a una misma línea o familia. En lugar de diseñar envases individuales para cada producto, se desarrolla un enfoque unificado que refleja la identidad de la marca y crea una experiencia consistente para el consumidor a lo largo de toda la gama de productos.

### 8. Mejor Packaging Edición limitada o Edición de Lujo

**Edición limitada:** Se refiere a un tipo de envase o empaque de un producto específico, con la intención de generar interés especial, exclusividad y aumento de la demanda entre los consumidores. Estas ediciones limitadas suelen estar disponibles solo por un tiempo limitado y pueden estar asociadas con eventos, temporadas especiales, colaboraciones únicas, conmemoraciones o celebraciones.

**Edición de lujo:** Se refiere a un tipo de envase o empaque diseñado con materiales y técnicas de alta calidad, con el fin de elevar la percepción del producto y ofrecer una experiencia premium al consumidor. Estas ediciones de lujo se caracterizan por su exquisitez, atención al detalle y exclusividad, y suelen asociarse con productos de gama alta que buscan destacarse en el mercado por su calidad y sofisticación.

### 9. Jóvenes Talentos del Diseño

Con el objetivo de fomentar la creatividad emergente y dar visibilidad a los nuevos valores del diseño, los Premios VID incorporan una categoría especial dirigida a jóvenes talentos. Esta sección está abierta exclusivamente a estudiantes de diseño gráfico, diseño industrial o disciplinas afines, así como a recién graduados (con un máximo de 2 años desde la finalización de sus estudios).
La inscripción en esta categoría *no tiene coste*.

¿Qué se valora?

Se premiarán propuestas originales de packaging de vino que destaquen por su:

- Creatividad y capacidad de diferenciación.
- Coherencia gráfica con el posicionamiento del producto.
- Viabilidad técnica y funcionalidad del diseño.
- Capacidad de conectar con nuevos públicos o segmentos de mercado.

Limitaciones y requisitos:

- Los diseños deben ser inéditos y no haber sido comercializados.
- Solo se aceptan propuestas individuales o de equipos de hasta 2 personas.
- Los participantes deben tener menos de 30 años al cierre del plazo de presentación.
- Cada participante podrá presentar una única propuesta.

## Criterios de valoración y Especificaciones técnicas

*Aplica para todas las categorías excepto Jóvenes Talentos del Diseño

- **Creatividad e innovación 25%:** Se refiere a la introducción de nuevos métodos, materiales, diseños y tecnologías que mejoran la funcionalidad, estética, sostenibilidad y eficiencia del envase del vino. Estas innovaciones pueden abarcar desde mejoras en la conservación del vino hasta la creación de experiencias más atractivas y convenientes para el consumidor.
- **Conexión emocional 25%:** Es esencial combinar un diseño atractivo y táctil con una narrativa auténtica y con estrategias de marketing emocional. La personalización también juega un papel clave en este proceso, ofreciendo experiencias únicas y memorables que resuenen con el consumidor a nivel personal y emocional.
- **Calidad de diseño 25%:** El jurado valorará la excelencia en el diseño estructural y gráfico, considerando aspectos como la estrategia llevada a cabo, tipografía, dirección de arte, logo, naming, uso del color, y aspectos estructurales como la forma, figura, perfil y silueta.
- **Atracción del consumidor 25%:** Cómo el Packaging consigue destacar dentro del lineal o zona de exposición para provocar la atención, y elección del consumidor en el punto de venta, sin perder la coherencia con la marca.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

De forma obligatoria, se deberán presentar los siguientes materiales:

- Descripción del proyecto que contenga objetivos, canal de venta, público objetivo, estrategia, desarrollo de la creatividad y resultados.
- **PDF** que contenga únicamente y **sin créditos** la imagen o imágenes de la botella o el envase a inscribir en el concurso.

***Ningún material inscrito deberá llevar referencia alguna a la agencia o estudio de diseño que haya realizado la inscripción. La organización se reserva la posibilidad de retirar dicha pieza de la votación del jurado, sin que el participante tenga derecho a devolución del precio de inscripción.***

**Envío piezas físicas**

El envío de las botellas o envases de aquellas candidaturas presentadas se realizará por cuenta del participante o utilizando el servicio que, en su caso, facilite la organización. En ningún caso ésta se hará cargo de envíos a portes debidos. No se devolverá ningún material, botella o envase facilitado a la organización.

Las piezas presentadas deberán enviarse al Club de Marketing de La Rioja Calle Medrano, 12 26008 Logroño, La Rioja antes del 13 de noviembre. Recepción: 09:00 a 14:00 horas.

**Material Jóvenes Talentos del Diseño**

1. Un dossier explicativo de la propuesta de diseño de packaging de vino (puede ser para un vino real o ficticio) que incluya (máx. de 2 a 3 páginas):
    - Justificación conceptual y creativa del diseño.
    - Público objetivo.
    - Breve análisis del posicionamiento del producto.
    - Imágenes (Imágenes renderizadas o mockups del packaging)
2. Acreditación de su condición de estudiante o recién graduado.
3. Vídeo de 2 minutos de duración máx. (material opcional).
4. Una propuesta física del trabajo final que deberán enviar al Club de Marketing (Calle Medrano, 12 26008 Logroño, La Rioja. Recepción: 09:00 a 14:00 horas.

## PREMIOS ESPECIALES

### 1. Mejor Diseño Tipográfico

Se valorarán los trabajos que impliquen evaluar varios criterios que aseguren que la tipografía sea estéticamente atractiva; funcional; legible; coherente con la marca y el mercado objetivo; y original.

### 2. Packaging más sostenible

Se valorarán los trabajos que mantengan un compromiso con la reducción del impacto ambiental, utilizando materiales renovables, reciclados, innovación y tecnologías sostenibles, reducción de materiales, etc.

### 3. Mejor uso de papel

Se calificarán los trabajos con el mejor uso de papel implica evaluar varios aspectos que aseguran que el papel se utilice de manera efectiva y sostenible. A nivel de certificaciones, reciclabilidad, calidad de impresión y acabados.

### 4. Mejor Packaging botella personalizada

Se refiere al diseño y la presentación del envase que resalte la marca y el producto de manera única. Esto incluye la elección de materiales de alta calidad, un diseño creativo y atractivo, así como la capacidad de proteger y resaltar la botella frente a la competencia.

### 5. Mejor Packaging envase distinto a botella (lata, BiB, etc.)

Se considerarán todos los trabajos que sean lata, BIB, Tetra Pak, PET, etc.

### 6. Mejor Packaging cápsula

Se considerarán todos los proyectos que incluyan elementos de la parte superior del cuello de la botella que se encarguen de proteger el corcho, y en consecuencia el vino, de posibles deterioros.

### 7. Mejor Packaging diseño etiqueta

Se valorarán los proyectos que tengan las mejores etiquetas de vinos que tengan un diseño estético, creativo, original, cumplimiento legal, etc.

## CONTACTO

SECRETARÍA TÉCNICA PREMIOS VID –vicario@cmrioja.com – 941 207 744 / 639 820 903 CLUB DE MARKETING DE LA RIOJA,