



Digital Awards

BANDO DI CONCORSO NC DIGITAL AWARDS 2020 (IX Edizione)

L'INIZIATIVA

Fin dalla sua fondazione, ADC Group ha inteso offrire il proprio contributo allo sviluppo della cultura digitale delle imprese e dei propri partner di comunicazione. Il premio alla migliore comunicazione digitale nasce dalla semplice osservazione della profonda evoluzione del panorama della comunicazione. Uno scenario dove l'ambiente digitale pervade ogni atto di comunicazione, ritagliandosi una quota sempre crescente nella media mix delle aziende. Si spiega così il successo degli NC Digital Awards, il premio organizzato da ADC Group e giunto quest'anno alla nona edizione.



La **partecipazione** agli **NC Digital Awards**, giunti quest'anno alla nona edizione, è aperta ad aziende, agenzie, agenzie media, case di produzione e concessionarie con sede in Italia. Data l'eccellenza del periodo storico che stiamo vivendo, l'organizzatore ha deciso di far confluire all'interno degli NC Digital Awards anche le iniziative **IMA - Influencer Marketing Awards** e **Programmatic Awards**.

NC DIGITAL AWARDS / IMA - INFLUENCER MARKETING AWARDS / PROGRAMMATIC AWARDS DATE CHIAVE

ELEGGIBILITÀ	1 GIUGNO 2019 - 30 GIUGNO 2020	
ISCRIZIONI E RACCOLTA MATERIALI	22 GIUGNO 2020	APERTURA ISCRIZIONI
	31 LUGLIO 2020	CHIUSURA ISCRIZIONI
GIURIA E DIGITAL LIVE PRESENTATION	29 SETTEMBRE 2020 - 5 OTTOBRE 2020	VOTAZIONE ONLINE
	7 OTTOBRE 2020	COMUNICAZIONE SHORTLIST
	14 OTTOBRE 2020	SESSIONE PLENARIA DI GIURIA (DIGITALE) E DIGITAL LIVE PRESENTATION DEI PROGETTI IN SHORTLIST
CERIMONIA DI PREMIAZIONE (DIGITALE)	29 OTTOBRE 2020	CERIMONIA DI PREMIAZIONE (DIGITALE)

ISCRIZIONE E PREMI IN PALIO

I progetti possono essere iscritti in una o più tipologie tra quelle che animano il concorso.

DIGITAL INTEGRATED CAMPAIGN e NC DIGITAL AWARDS GRAND PRIX

Per il Grand Prix e per ciascuna categoria merceologica verrà assegnato un podio (1°, 2° e 3° posto).

Per il **Grand Prix** concorrono solo le campagne di comunicazione integrata. Verrà selezionato tra le campagne digitali integrate in concorso che avranno ricevuto il voto più alto in seguito alla valutazione da parte della giuria riunita in sessione plenaria digitale.

CAMPAGNE DIGITALI INTEGRATE PER CATEGORIA MERCEOLOGICA

In questa tipologia concorrono le campagne di comunicazione digitale declinate in almeno tre tipologie tra quelle previste dal bando.

Le Digital Integrated Campaign possono essere:

- **DIGITAL INTEGRATED CAMPAIGN BtoC**
- **DIGITAL INTEGRATED CAMPAIGN BtoB**

In fase di iscrizione, inoltre, le campagne saranno suddivise per categoria merceologica di appartenenza del soggetto presentato.

CATEGORIE MERCEOLOGICHE

- Abbigliamento e Accessori
- Alimentari/Dolciumi e merendine
- Apparecchi Elettronici e Audio/Video
- Auto e altri veicoli

- Bagno/Pulizia Casa/Prodotti Farmaceutici
- Beauty
- Banche e Assicurazioni
- Bevande (alcoliche/analcoliche)
- Casa (arredamenti/accessori)
- Distribuzione e Ristorazione
- Editoria e Media
- Intrattenimento e Tempo Libero
- Non Profit/Sociale
- Purpose/CSR
- Servizi di Interesse Pubblico
- Sport e Fitness
- Telecomunicazioni
- Varie
- Viaggi, Trasporti e Turismo

NB: L'organizzatore si riserva il diritto di accorpate i progetti iscritti nelle diverse categorie del concorso, in funzione del numero dei concorrenti.

CAMPAGNE DI TIPOLOGIA

Per ciascuna tipologia verrà assegnato un podio (1°, 2° e 3° posto).

APP: brand apps per mobile e tablet

COMUNICAZIONE DISPLAY:

banner classici, pulsanti, pop up, pop under, rich media, floating ads, ecc. (i progetti devono essere presentati nel contesto della pagina come è apparsa nella pianificazione).

DEM ED E-MAIL MARKETING:

campagne direct, newsletter e advertising via mail.

DIGITAL BRANDED CONTENT:

progetti ideati per offrire un contenuto di intrattenimento agli utenti consumer attraverso video, contenuti informativi, giochi, ecc.

DIGITAL BRANDED CONTENT

BTOb: progetti ideati per offrire un contenuto di intrattenimento agli utenti business attraverso video, contenuti informativi, giochi, ecc.

DIGITAL PR: progetti di relazioni pubbliche e media relation che utilizzano canali e strumenti digitali (es.:

blog, word of mouth, buzz, ecc.).

EVENTO DIGITALE: eventi che possono realizzarsi nella realtà virtuale e non, ma che attraverso i canali digitali hanno saputo creare un forte engagement con il target audience, ottenendo risultati di rilievo dimostrabili sulla base degli obiettivi prefissati.

INTERACTIVE VIDEO: banner e video interattivi e dinamici, commercial realizzati per il web (i progetti devono essere presentati nel contesto della pagina come è apparsa nella pianificazione).

MOBILE ADVERTISING: in app advertising, sms mobile, ecc. (i progetti devono essere presentati nel contesto della pagina come è apparsa nella pianificazione).

NATIVE ADVERTISING: contenuto sponsorizzato, promosso e visualizzato all'interno dei contenuti offerti al lettore.

SEARCH MARKETING: strategie tese a generare traffico mirato e un aumento delle visite di valore attraverso il posizionamento e la pubblicità dei siti sui motori di ricerca.

SITI CORPORATE: siti web non di prodotto.

SITI DI PRODOTTO E MICRO-SITI:

micrositi con url separata o accessibili direttamente dalla home principale.

SITI ISTITUZIONALI: portale di accesso di istituzioni pubbliche e private, oppure di grandi organizzazioni che hanno compiti di rappresentanza, ovvero di comunicazione tra l'ente e il pubblico degli stakeholder.

SITI BtoB: siti web non di prodotto a target business.

SOCIAL COMMUNICATION:

progetti di comunicazione veicolati attraverso i social network, user generated content e blog (i progetti devono essere presentati nel contesto della pagina come è apparsa nella pianificazione).

SOCIAL CHANNELS MANAGEMENT:

progetti editoriali promossi dalle aziende attraverso i social. Strategie che costruiscono l'identità di un brand nel lungo periodo e hanno la capacità di attrarre, fidelizzare e far crescere il proprio pubblico.

VIRAL VIDEO ADVERTISING:

video virali creati appositamente per il web (i progetti devono essere presentati nel contesto della pagina come è apparsa nella pianificazione).

ALTRE SOLUZIONI DIGITALI:

strumenti interattivi e altre forme di pubblicità che non rientrano nelle categorie menzionate, tra cui Virtual Reality; Augmented Reality; Screensaver, calendari, diari, ecc.; Digital Signage/ Digital Out of Home.

COMUNICAZIONE DIGITALE

IN LOCKDOWN: Campagne nate e andate on air durante il periodo di emergenza sanitaria legata al Coronavirus, che hanno saputo comunicare al meglio ai consumatori per informarli, sostenerli, offrire loro soluzioni pratiche o per promuovere donazioni.

TIPOLOGIE SPECIALI

Le campagne appartenenti a TIPOLOGIE SPECIALI non concorrono per l'assegnazione del Grand Prix. Per ciascuna tipologia speciale verrà assegnato un podio (1°, 2° e 3° posto).

E-COMMERCE: Premio assegnato ai migliori siti di e-commerce italiani a target consumer.

E-COMMERCE BtoB: Premio assegnato ai migliori siti di e-commerce italiani a target business.

Nel valutare le campagne, i giurati terranno in considerazione i criteri esposti a pagina 9.

PREMI SPECIALI

I Premi Speciali vengono assegnati sulla base del punteggio complessivo accumulato dall'azienda o dalla struttura iscrivente grazie ai piazzamenti (1°, 2°, 3°) ottenuti dai propri progetti. Il punteggio viene assegnato solo alla struttura che ha iscritto al premio.

ASSEGNAZIONE PUNTEGGI

GRAND PRIX NC DIGITAL AWARDS	
1° PREMIO	10 PUNTI
2° PREMIO	5 PUNTI
3° PREMIO	3 PUNTI

CAMPAGNE DIGITALI INTEGRATE PER CATEGORIA MERCEOLOGICA	
1° PREMIO	5 PUNTI
2° PREMIO	3 PUNTI
3° PREMIO	2 PUNTI

PREMI DI TIPOLOGIA	
1° PREMIO	3 PUNTI
2° PREMIO	2 PUNTI
3° PREMIO	1 PUNTI

Per l'assegnazione dei Premi Speciali, il punteggio sarà calcolato tenendo conto solo del piazzamento più alto ottenuto da ciascun progetto iscritto.

BEST DIGITAL AGENCY/DIGITAL MEDIA AGENCY/ DIGITAL PRODUCTION COMPANY

Premio assegnato alla struttura che, candidando i propri progetti, ha ottenuto i migliori piazzamenti e punteggi. Per 'strutture' si intendono: agenzie, case di produzione, centri media e concessionarie.

BEST DIGITAL COMPANY

Premio assegnato all'azienda che ha ottenuto il migliore punteggio con i progetti vincitori.

PREMI DELL'EDITORE

I Premi dell'Editore sono riconoscimenti assegnati da ADC Group, in accordo con la giuria, a persone e strutture che si sono particolarmente distinte nel corso degli ultimi dodici mesi nel mondo della digital communication.

E' possibile proporre candidature a erminia.piccolella@adcgroup.it

MEZZO DIGITALE DELL'ANNO

Premio assegnato al mezzo pubblicitario digitale che si è distinto per qualità ed efficacia.

MEZZO DIGITALE EMERGENTE

Premio assegnato al mezzo pubblicitario digitale emergente che si è distinto per innovazione, risultati e velocità di crescita.

PREMIO INNOVAZIONE NELLA COMUNICAZIONE DIGITALE

Premio assegnato alla struttura o alla personalità che meglio ha saputo promuovere il cambiamento nella comunicazione digitale.

MANAGER DIGITALE DELL'ANNO

Premio assegnato al manager di agenzia o di azienda che si è distinto per meriti particolari nell'area digitale.

DIGITAL MEDIA PERSON OF THE YEAR

Premio assegnato alla persona che si è distinta per capacità di visione, innovazione e gestione del cambiamento nella vasta area dei mezzi.

AMBASCIATORE DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE

Premio assegnato alla personalità che meglio ha saputo promuovere il valore culturale ed economico della comunicazione presso l'opinione pubblica e le istituzioni.

MIGLIOR EFFETTO SPECIALE DIGITALE

Assegnato alla campagna digitale che meglio ha saputo ricorrere ad effetti speciali senza che questi siano palesemente riconoscibili dagli spettatori.

AGENZIA DIGITALE INDIPENDENTE

Premio assegnato all'agenzia digitale indipendente che nell'ultimo anno ha espresso la migliore performance nel mercato della comunicazione in termini di dinamismo, capacità di interpretare i cambiamenti in atto e new business.

AGENZIA DIGITALE EMERGENTE

Assegnato, in accordo con la giuria, all'agenzia di comunicazione digitale che si è distinta per innovazione, risultati e velocità di crescita.

IMA - INFLUENCER MARKETING AWARDS



Lo scopo di questa iniziativa, giunta alla sua seconda edizione, è quello di valorizzare le campagne di comunicazione sui social media che utilizzano in maniera efficace per il brand le figure dell'influencer o dei creator.

Un riconoscimento alle aziende e ai propri partner di comunicazione per aver saputo utilizzare i nuovi testimonial della comunicazione digitale in maniera corretta, ossia senza essere fagocitati dalla fama e dalla 'forza' del personaggio a cui affidano la propria brand equity.

CAMPAGNE IMA - INFLUENCER MARKETING AWARDS E IMA GRAND PRIX

Per il Grand Prix e per ciascuna categoria merceologica verrà assegnato un podio (1°, 2° e 3° posto).

Per IMA Grand Prix concorrono tutte le campagne IMA iscritte nelle categorie merceologiche e verrà selezionato tra le campagne in concorso che avranno ricevuto il voto più alto in seguito alla valutazione da parte della giuria riunita in sessione plenaria digitale.

Le campagne IMA - Influencer Marketing Awards seguono un doppio iter di valutazione: online e plenaria digitale.

Ciascuna delle suddette campagne va iscritta in una delle seguenti categorie merceologiche, a seconda del soggetto comunicato:

- Abbigliamento e Accessori
- Alimentari/Dolciumi e merendine
- Apparecchi Elettronici e Audio/Video
- Auto e altri veicoli
- Bagno/Pulizia Casa/Prodotti Farmaceutici
- Beauty
- Banche e Assicurazioni
- Bevande (alcoliche/analcoliche)

- Casa (arredamenti/accessori)
- Distribuzione e Ristorazione
- Editoria e Media
- Intrattenimento e Tempo Libero
- Non Profit/Sociale
- Purpose/CSR
- Servizi di Interesse Pubblico
- Sport e Fitness
- Telecomunicazioni
- Varie
- Viaggi, Trasporti e Turismo

NB: L'organizzatore si riserva il diritto di accorpate i progetti iscritti nelle diverse categorie del concorso, in funzione del numero dei concorrenti.

TIPOLOGIE SPECIALI

Per ciascuna tipologia verrà assegnato un podio (1°, 2° e 3° posto).

Le campagne appartenenti a TIPOLOGIE SPECIALI non concorrono per l'assegnazione dell'IMA Grand Prix.

IMA - COMUNICAZIONE IN

LOCKDOWN: Campagne nate e andate on air durante il periodo di emergenza sanitaria legata al Coronavirus, dove la figura degli influencer ha saputo comunicare al meglio ai consumatori per informarli, sostenerli, offrire loro soluzioni pratiche o per promuovere donazioni.

IMA - INNOVAZIONE TECNOLOGICA: utilizzo di piattaforme, strumenti e servizi che consentono ai brand e alle agenzie di scoprire i partner più adatti alle loro campagne.

IMA - LOW BUDGET: campagne che, attraverso gli influencer raggiungono ottimi risultati con utilizzo di un budget inferiore a 10.000 euro.

IMA - MIGLIOR EFFICACIA campagna che con creatività ha saputo utilizzare influencer e content creator per coinvolgere il consumatore in un rapporto misurabile con il brand.

IMA - MIGLIOR UTILIZZO DEI DATI: campagne che hanno saputo dimostrare di aver utilizzato in maniera efficace dati di 1ª, 2ª o 3ª parte per elaborare insights che hanno consentito ottime performance.

Nel valutare le campagne, i giurati terranno in considerazione i criteri esposti a pagina 9.

PROGRAMMATIC AWARDS



Programmatic Awards

I Programmatic Awards si celebrano all'interno degli NC Digital Awards, il premio alla migliore comunicazione digitale integrata organizzato da ADC Group.

In linea con l'evoluzione tecnologica dei processi di pianificazione e acquisto dei media, lo scopo principale del Premio è valorizzare le migliori campagne di programmatic advertising, e stabilire nuovi standard per l'eccellenza nella pianificazione e nell'acquisto automatizzato.

PROGRAMMATIC AWARDS GRAND

PRIX: tra tutte le campagne concorrenti ai Programmatic Awards, le tre che avranno ottenuto il miglior punteggio saranno premiate con un podio (1°, 2°, 3° posto).

In fase di iscrizione, le campagne sono suddivise per categoria merceologica di appartenenza del soggetto presentato nella campagna.

- Abbigliamento e Accessori
- Alimentari/Dolciumi e merendine
- Apparecchi Elettronici e Audio/Video
- Auto e altri veicoli
- Bagno/Pulizia Casa/Prodotti Farmaceutici
- Beauty
- Banche e Assicurazioni
- Bevande (alcoliche/analcoliche)
- Casa (arredamenti/accessori)
- Distribuzione e Ristorazione
- Editoria e Media
- Intrattenimento e Tempo Libero
- Non Profit/Sociale
- Purpose/CSR
- Servizi di Interesse Pubblico
- Sport e Fitness
- Telecomunicazioni
- Varie
- Viaggi, Trasporti e Turismo

NB: L'organizzatore si riserva il diritto di accorpate i progetti iscritti nelle diverse categorie del concorso, in funzione del numero dei concorrenti.

Il podio verrà assegnato in seguito alla prima fase di votazione online, da parte della giuria del premio.

Nel valutare le campagne, i giurati terranno in considerazione i criteri esposti a pagina 9.

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E MATERIALI RICHIESTI

NC DIGITAL AWARDS, IMA-INFLUENCER MARKETING AWARDS E PROGRAMMATIC AWARDS

L'acquisto della partecipazione è da effettuarsi esclusivamente online, sul sito www.ncdigitalawards.it

Dopo aver effettuato la registrazione e l'acquisto, i progetti vanno caricati sulle piattaforme di riferimento, a questi link:

NC DIGITAL AWARDS E IMA - Influencer Marketing Awards: <http://ncd.adcgroup.it/ncdefault.aspx>

PROGRAMMATIC AWARDS: <http://programmatic.adcgroup.it/ncdefault.aspx>

Non saranno accettate altre modalità di presentazione della candidatura.

ATTENZIONE: se si partecipa contestualmente agli NC Digital Awards, IMA - Influencer Marketing Awards, Programmatic Awards e al Premio Facebook e Instagram, le credenziali di accesso sono le stesse.

TERMINI DI ISCRIZIONE: Le iscrizioni e i materiali per la candidatura dovranno pervenire alla segreteria organizzativa entro e non oltre il **31 LUGLIO 2020**.

MATERIALI PER CIASCUN PROGETTO ISCRITTO (OBBLIGATORIO)	FORMATO DEI MATERIALI RICHIESTI PER CIASCUN PROGETTO ISCRITTO (OBBLIGATORIO)
FORM ONLINE PROGETTO	Da compilare direttamente online, previa registrazione e acquisto campagne, sulla piattaforma NC DIGITAL AWARDS e IMA - Influencer Marketing Awards: http://ncd.adcgroup.it/ncdefault.aspx PROGRAMMATIC AWARDS: http://programmatic.adcgroup.it/ncdefault.aspx
LOGO SOCIETÀ CONCORRENTE	1 LOGO formato PNG, sfondo trasparente, alta risoluzione, misure 1024x1024 px 1 LOGO formato VETTORIALE, pdf, eps ai.
LOGO SOCIETÀ CLIENTE	1 LOGO formato PNG, sfondo trasparente, alta risoluzione, misure 1024x1024 px 1 LOGO formato VETTORIALE, pdf, eps ai.
VIDEO CASE HISTORY** del progetto, della durata massima di 3 minuti. Il minutaggio indicato è tassativo.	VIDEO MP4 L1920px H1080px con encoding H.264 (max 150MB) DURATA MASSIMA: 3 minuti
VIDEO RIASSUNTIVO DI 30 SECONDI rappresentativo della campagna iscritta, da utilizzare in caso di vittoria durante la cerimonia di premiazione. Durata massima 30 secondi.	VIDEO MP4 L1920px H1080px con encoding H.264 (max 150MB) DURATA MASSIMA: 30 secondi
2 IMMAGINI rappresentative del progetto iscritto	JPEG ALTA RISOLUZIONE 300 dpi, base almeno 10 cm
MATERIALE SOLO PER LE CAMPAGNE DIGITALI INTEGRATE E LE CAMPAGNE IMA- INFLUENCER MARKETING AWARDS ISCRITTE NELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE (FACOLTATIVO, MA CONSIGLIATO)	FORMATO DEI MATERIALI RICHIESTI PER CIASCUN PROGETTO ISCRITTO (FACOLTATIVO, MA CONSIGLIATO)
Video speech della campagna iscritta, realizzato dalla struttura concorrente per sostenere e meglio illustrare il proprio progetto.	Formato MP4, L1920px, H1080px (max 200MB) Durata massima: 1 minuto.

**Nel caso in cui non fosse disponibile materiale per produrre i suddetti video, si potrà ovviare creando un power point/slideshow contenente il materiale relativo alla campagna, convertito in formato video e della durata massima di 3 minuti.

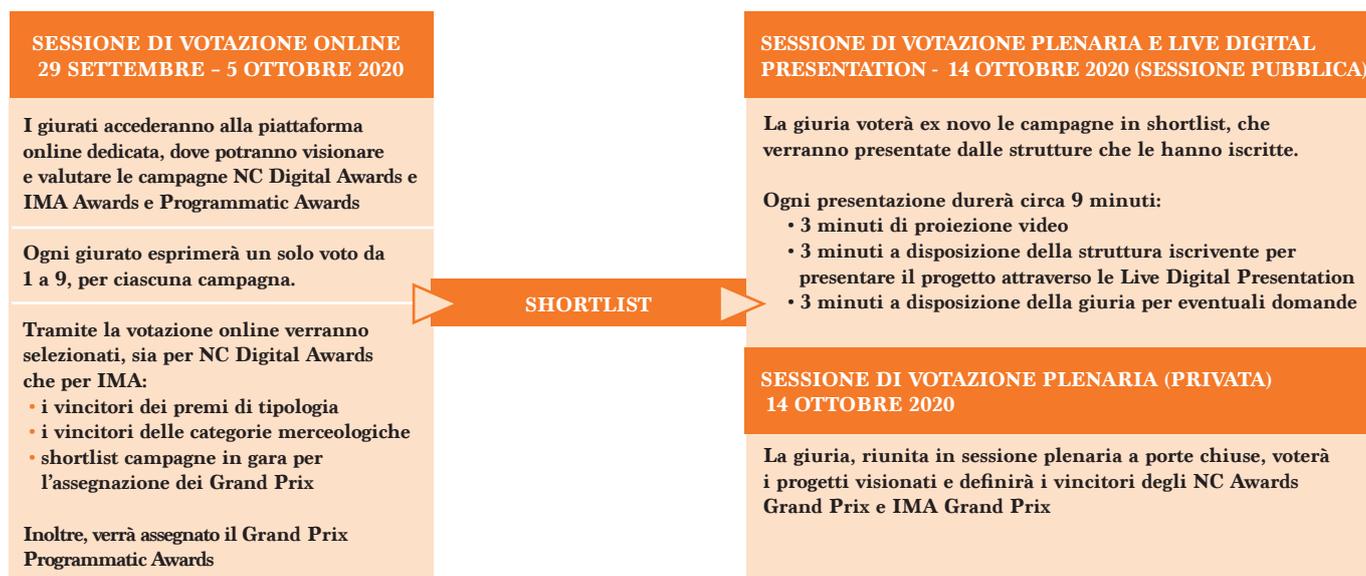
In caso di progetti candidati in più tipologie, è possibile fornire materiali aggiuntivi per ciascuna tipologia. Ciascun video dovrà, per quanto possibile, dettagliare le informazioni relative alla singola tipologia nella quale il progetto è candidato.

GIURIA, MODALITÀ DI VOTAZIONE

Tutte le campagne che avranno superato la fase di verifica di completezza dei materiali inviati saranno valutate dalla giuria del premio, composta dalle più prestigiose aziende investitrici nella comunicazione e da rappresentanti della creatività digitale italiana. La giuria si terrà in modalità all digital.

Ogni anno viene designato un presidente di giuria, che ha il compito di guidare e indirizzare i lavori.

La giuria è composta da circa 30 manager delle più prestigiose aziende investitrici in comunicazione e da rappresentanti delle associazioni più autorevoli del settore, scelti da ADC Group in base alla loro esperienza nel settore digital e digital communication.



In sessione plenaria, i progetti candidati vengono valutati sulla base dei materiali caricati in piattaforma in sede di iscrizione (scheda e video). Non è consentito chiedere di modificare/sostituire il video della campagna.

Le modalità di partecipazione alle Live Digital Presentation vengono comunicate per tempo a tutti gli iscritti dalla Divisione Eventi di ADC Group.

La giuria si riserva il diritto di spostare i progetti da una tipologia o categoria del concorso a un'altra o di raggruppare, cambiare o aggiungere nuove tipologie/categorie del concorso.

La giuria può decidere di non assegnare premi in una o più tipologie qualora non giudichi meritevoli i lavori iscritti, così come di assegnare il premio a più candidati ex aequo.

Il giudizio e le decisioni della giuria sono insindacabili.

I giurati provenienti da realtà aziendali non possono votare i progetti commissionati dall'azienda per cui lavorano.

I giurati provenienti da associazioni di settore e allo stesso tempo da agenzie di comunicazione non possono votare i progetti firmati dalla propria agenzia.

I giurati non possono votare le campagne appartenenti allo stesso settore merceologico dell'azienda per cui lavorano.

TIPOLOGIE E CRITERI DI VALUTAZIONE

Nella valutazione delle diverse campagne iscritte, i giurati dovranno tenere in considerazione i seguenti criteri:

TIPOLOGIE	CRITERI DI VALUTAZIONE
DIGITAL INTEGRATED CAMPAIGN (BTOC E BTOB)	<ul style="list-style-type: none"> - Idea creativa - Approccio multimedia - Qualità della realizzazione - Coinvolgimento del target
SITI CORPORATE SITI ISTITUZIONALI SITI BTOB SITI DI PRODOTTO E MICROSITI	<ul style="list-style-type: none"> - User Experience (usabilità e architettura delle informazioni) - Storytelling (capacità di raccontare, in maniera esaustiva, i contenuti del sito) - Audience Experience (capacità di coinvolgere la target audience in maniera efficiente e coinvolgente) - Look&Feel (design del sito, grafica, impaginazione, ecc...)
APP COMUNICAZIONE DISPLAY DEM ED E-MAIL MARKETING DIGITAL BRANDED CONTENT (BTOB E BTOC) DIGITAL PR INTERACTIVE VIDEO EVENTO DIGITALE MOBILE ADVERTISING NATIVE ADVERTISING SEARCH MARKETING SOCIAL CHANNELS MANAGEMENT SOCIAL COMMUNICATION VIRAL VIDEO ADVERTISING ALTRE SOLUZIONI DIGITALI TIPOLOGIA SPECIALE - COMUNICAZIONE IN LOCKDOWN	<ul style="list-style-type: none"> - Idea creativa - Approccio multimedia - Qualità della realizzazione - Coinvolgimento del target
TIPOLOGIA SPECIALE E-COMMERCE TIPOLOGIA E-COMMERCE BTOB	<ul style="list-style-type: none"> - Idea creativa - User Experience (facilità di utilizzo e architettura delle informazioni) - Audience Experience (capacità di coinvolgere la target audience)
CAMPAGNE IMA - Influencer Marketing Awards TIPOLOGIE SPECIALI IMA	<ul style="list-style-type: none"> - Creatività - Multicanalità - Coinvolgimento del target - Risultati
PROGRAMMATIC AWARDS	<ul style="list-style-type: none"> - Strategia gestione dati - Creatività/Customer Experience - Risultati/Efficacia dell'investimento

LISTINO PREZZI

L'acquisto della partecipazione è da effettuarsi esclusivamente online, sul sito www.ncdigitalawards.it

FEE ISCRIZIONE PROGETTI

NC DIGITAL AWARDS
IMA-INFLUENCER MARKETING AWARDS
PROGRAMMATIC AWARDS

1 progetto
550,00 € + IVA 22%

FEE ISCRIZIONE TIPOLOGIE AGGIUNTIVE

1 tipologia aggiuntiva
350,00 € + IVA cad

Il pagamento potrà essere effettuato tramite carta di credito o bonifico bancario.

Attenzione: se si sceglie il bonifico bancario come forma di pagamento, sarà necessario restituire, via mail e firmato, il **form di acquisto**, generato automaticamente nel momento in cui si acquista la partecipazione.

Senza di esso non sarà possibile procedere con l'inserimento delle campagne sulla piattaforma di iscrizione.

DATI BANCARI

Intestatario: ADC Group Srl

Bank: Banca Intesa San Paolo

IBAN: IT59 P030 6909 4571 0000 0005 772

BIC: (Swift) BCITITMM

Causale: Concorso (NC Digital Awards, IMA-Influencer Marketing Awards o Programmatic Awards) + numero di campagne iscritte + nome della struttura

LISTINO PREZZI COPIE PREMI

1 trofeo (1° posto)	400 € + IVA 22%	1 targa (2° e 3° posto)	150 € + IVA 22%
2 trofei (1° posto)	650 € + IVA 22%	2 targhe (2° e 3° posto)	250 € + IVA 22%
3 trofei (1° posto)	900 € + IVA 22%	3 targhe (2° e 3° posto)	350 € + IVA 22%
Dalla 4° copia (1° posto)	250 € + IVA 22% CAD	Dalla 4° targa (2° e 3° posto)	100 € + IVA 22% CAD

Per informazioni di carattere commerciale contattare:

Paola Morello

Responsabile Commerciale
commerciale@adcgroup.it
Mob: +39 347 3228570

Per informazioni sulle modalità di iscrizione:

Erminia Piccolella

Project Leader Area Eventi
erminia.piccolella@adcgroup.it
Tel: 02 49766312

1 – REQUISITI DI AMMISSIONE E REGOLE PER LA PARTECIPAZIONE

- Il concorso vedrà come protagonisti i progetti e le campagne on air in una data compresa tra il 1° giugno 2019 e il 30 giugno 2020.
- Il concorso è aperto ad aziende, agenzie, agenzie media, case di produzione, editori e concessionarie con sede in Italia.

ATTENZIONE: Nel caso in cui la candidatura di una campagna venisse effettuata da un centro media, una casa di produzione o una concessionaria, va sempre citata l'agenzia che ha ideato la creatività.

Ogni campagna può essere candidata una volta sola agli NC Digital Awards, IMA – Influencer Marketing Awards e Programmatic Awards. Le campagne candidatesi gli anni precedenti

saranno automaticamente escluse dalla competizione. Tutte le candidature devono essere iscritte e pagate entro i termini previsti dall'organizzazione.

- L'iscrizione di una campagna Digitale Integrata non comprende la partecipazione nelle singole tipologie dove, invece, è possibile partecipare pagando un fee aggiuntivo come da listino.
- Successivamente alla scadenza stabilita per il caricamento online dei materiali, non sarà possibile modificare o aggiungere altri materiali.
- Le campagne con materiali incompleti o di cui non risulta essere stato corrisposto il fee di iscrizione, non prenderanno parte alla competizione.
- Le campagne iscritte non possono essere cancellate o rimosse dalla competizione.

• Le iscrizioni non andate a buon fine per cause non imputabili ad ADC Group non saranno rimborsate.

• Il partecipante dichiara e garantisce: che il materiale inviato è di sua esclusiva proprietà, non è contrario a norme di legge, non esistono diritti di terzi (diritti di proprietà intellettuale, diritti morali o diritti di tutela dei dati personali di terzi) che comunque si oppongono alla trasmissione e alla pubblicazione del materiale e alla piena e libera utilizzazione e disposizione dello stesso per le finalità strettamente connesse al concorso.

• Il trofeo verrà spedito a chi ha sostenuto i costi di iscrizione della campagna.

• Le campagne vengono giudicate e premiate nella loro completezza in termini di ideazione, esecuzione e pianificazione a prescindere dal ruolo svolto dalla struttura.

2 – TRATTAMENTO E PUBBLICAZIONE DEI PROGETTI

Iscrivendo un progetto agli NC Digital Awards, IMA – Influencer Marketing Awards o Programmatic Awards, il candidato acconsente all'utilizzo da parte di ADC Group dei materiali caricati sull'apposita piattaforma online (testi, video, immagini, ecc.) per i fini di organizzazione, svolgimento e comunicazione dei Premi sui siti di proprietà di ADC Group, nell'archivio, newsletter, app, social media, ecc.

Dichiara inoltre che la responsabilità per la pubblicazione del materiale, ancorché accettato e moderato da parte di ADC Group, è e rimane a suo esclusivo carico.

3 – GIURIA - CODICE ETICO

- I giurati devono valutare i progetti onestamente e senza preconcetti, nel rispetto dei criteri di selezione e di giudizio individuati dal Premio.
- In caso di conflitti che possano influenzare il voto, i giurati sono tenuti a informare il presidente e ad astenersi dal giudizio.
- I giurati non possono accettare sollecitazioni da parte dei candidati che possano influenzarne il voto. In caso di episodi di questo tipo, i giurati sono tenuti a informare il presidente.
- I giurati provenienti da realtà aziendali non possono votare i progetti commissionati dall'azienda per cui lavorano.
- I giurati provenienti da associazioni di settore e allo stesso tempo da agenzie di comunicazione non possono votare i progetti firmati dalla propria agenzia.
- I giurati non possono votare i progetti appartenenti allo stesso settore merceologico dell'azienda per cui lavorano.

4 – CATEGORIE MERCEOLOGICHE

Abbigliamento e Accessori

Abbigliamento da giorno; da sera e da notte; biancheria intima; collant e calze; calzature; abbigliamento sportivo; abbigliamento per l'infanzia; tessuti per abbigliamento e materiali da cucito; gioielli; orologi; borse e valigie; cinture; moda & design; occhiali da sole e montature per occhiali.

Alimentari/Dolciumi e Merendine

Carne; pesce; frutti di mare; zuppe; specialità gastronomiche; salumi; frutta e verdura; riso; pasta; pizza; salse; maionese; aceto; olio; spezie; erbe; pasti precotti e pronti; alimenti per bambini e latte in polvere; uova; latte; formaggio; panna; burro; margarina e spalmabili. Cioccolato; caramelle; gomme da masticare; patatine; snack; frutta secca e noccioline; barrette dolci e salate; torte; biscotti; cracker; zucchero; marmellata; miele; burro di arachidi; sciroppo; pane; fette biscottate; farina; ingredienti da forno; cereali da colazione; yogurt e yogurt da bere; dessert; gelati.

Apparecchi Elettronici e Audio/Video

Televisori; Hi-Fi; lettori CD e minidisc; lettori MP3; computer; laptop; tablet; lettori DVD e Blu-ray; lettori video; macchine fotografiche; videocamere; binocoli; attrezzatura per il telefono personale incluso telefoni cellulari (si prega di notare che i gestori di telefonia mobile devono essere iscritti nella categoria "Telecomunicazioni"); lavatrici; asciugatrici; lavastoviglie; frigor; freezer; forni; forni a microonde; elettrodomestici per cucinare; elettrodomestici da cucina.

Auto e altri veicoli

Auto; fuoristrada e 4 ruote motrici; pick-up; camion; furgoni; moto; pneumatici; ricambi; GPS e altri sistemi di navigazione; benzina; olio; officine; concessionarie auto.

Bagno/Pulizia Casa/Prodotti Farmaceutici/Cosmesi

Detersivi per abbigliamento; ammorbidenti; detersivi per lavastoviglie; prodotti per la pulizia; deodoranti per ambienti. Dentifrici; spazzolini da denti; collutori; carta igienica; assorbenti igienici e tamponi; fazzoletti; pannolini; prodotti per la rasatura e rasoio; farmaci OTC e compresse; farmaci; vitamine e prodotti di erboristeria; integratori alimentari; prodotti repellenti per insetti; cerotti; rimedi della pelle; lozioni anti caduta per capelli; preservativi; test di gravidanza; altri prodotti farmaceutici; lenti a contatto; apparecchi acustici.

Beauty

Parrucche, spazzole per capelli; pettini; depilazione; prodotti per make-up; prodotti per la cura della pelle e delle unghie; profumi; eau de toilette e dopobarba; deodoranti e spray per il corpo; shampoo e balsami; lacche; prodotti gel; mousse; tinture per capelli; sapone doccia e bagnoschiuma; creme solari e prodotti abbronzanti. Asciugacapelli; piastre per capelli; bigodini.

Banche e Assicurazioni

Banche; società di costruzione; carte di credito; conti correnti e di risparmio; mutui e prestiti; società di investimento; piani di assicurazione personale; assicurazione auto; pensioni e piani di pensione; investimenti immobiliari; sviluppi immobiliari; concessionarie finanziarie e leasing.

Bevande (alcoliche/analcoliche)

Birra (incl. birra analcolica); sidro; alcopops; vino; champagne; vini liquorosi; distillati; liquori; caffè; tè; bevande di cioccolata e malto; latte aromatizzato; bevande gassate; succhi vegetali e di frutta; acqua minerale.

Casa (arredamenti/accessori)

Arredo casa e giardino; bicchieri; posate; vasellame; biancheria da letto e da tavola; bagni; docce e servizi igienici; decorazione della casa; coperture per pareti e pavimenti; porte e finestre; termosifoni; condizionatori; lampade; torce; orologi; prodotti per la sicurezza a casa; rilevatori di fumo; attrezzi da lavoro; attrezzi da giardino.

CSR/Purpose

Sostenibilità, Purpose, diversity & inclusion.

Distribuzione e Ristorazione

Grandi magazzini e negozi specializzati; negozi di abbigliamento e calzature; carte di negozio; supermercati; negozi di bricolage; farmacie; ottici; parrucchieri; saloni di bellezza; saloni di tatuaggi; servizio di lavanderia; agenzie immobiliari; foto-processor; negozi di TV; negozi online; aste online. Ristoranti e bar; catene di fast food; caffetterie; negozi di caffè.

Editoria e Media

Giornali; riviste; libri; dischi; CD; DVD; blu ray; stazioni radio e TV; reti e programmi; fornitori via cavo; TV satellitare; VOD.

Intrattenimento e Tempo Libero

parchi di divertimento e parchi tematici; palestre; salute e dieta; eventi sportivi; festival musicali; orchestre e strumenti; mostre e spettacoli; discoteche; bar; musei; gallerie d'arte; cinema e teatri; biciclette; barche e roulotte; giocattoli; giochi da tavolo; giochi per computer e console (ad esempio PlayStation; Xbox; Wii; ecc); lotterie; gioco d'azzardo; Golf & Country; giocattoli sessuali; servizi di incontri; siti di social network (es. Facebook).

Non Profit/Sociale

Campagne anti-fumo, anti-droga, anti guida in stato d'ebbrezza, sicurezza stradale, salute, igiene, dipendenza da gioco d'azzardo, istruzione pubblica, presa di coscienza della disabilità e uguaglianza fra i sessi. Beneficenza, fondi, volontariato, donazione di sangue e di organi.

Servizi di Interesse Pubblico

Pagine Gialle; directory; servizi postali; società di energia elettrica, gas, e acqua; società fornitrici di energie alternative; stazioni di benzina; assistenza sanitaria e cliniche pubbliche e private; scuole e università pubbliche e private; corsi per corrispondenza; pratiche private (ad esempio servizi legali; architettonici e paesaggistici); informatica; ICT.

Sport e Fitness

Abbigliamento tecnico e accessori per tutti gli sport e tempo libero, associazioni sportive, circoli sportivi, strutture e impianti sportivi, palestre, attrezzatura tecnica

Telecomunicazioni

Servizi di telecomunicazioni; gestori telefonici; fornitori di servizi Internet.

Varie

Cibo per animali e prodotti per la cura degli animali; regali e biglietti di auguri; penne e prodotti di cancelleria personale; tabacco e prodotti associati; prodotti/servizi b2b (comprensivi di agenzie di recruitment; advertising; case di produzione); servizi per conferenze e eventi.

Viaggi, Trasporti e Turismo

Compagnie aeree; treni e autobus; traghetti e navi da crociera; agenzie di viaggi e tour operator; alberghi; resort; noleggio auto; pass da viaggio; enti turistici; promozione di città e paesi.