

## NC DIGITAL AWARDS 2023 - BANDO DI CONCORSO (XII Edizione)

### L'INIZIATIVA

*ADC Group, lancia la dodicesima edizione degli NC Digital Awards. Il posizionamento di tutte le iniziative di ADC group è identico: sono le AZIENDE che giudicano la migliore comunicazione dell'anno.*

*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 da una approfondita analisi dell'evoluzione del panorama della comunicazione. Uno scenario dove l'ambiente digitale pervade ogni atto di comunicazione, ritagliandosi una quota sempre crescente nel media mix delle aziende.*

*Il Festival propone le Live Presentation dei progetti finalisti, i contenuti di un programma dedicato all'evoluzione della comunicazione digitale e la cerimonia di premiazione. All'interno del Festival confluiscono anche l'iniziativa IMA – Influencer Marketing Awards (V Edizione) e, da quest'anno, anche i Social Media Awards.*

L'NC Digital Festival intende offrire una piattaforma di business per:

- Acquisire visibilità presso la giuria composta da oltre 40 aziende, tra le più importanti investitrici in comunicazione
- favorire il confronto tra i maggiori professionisti del settore (aziende, agenzie, production company, centri media, broadcaster, editori, concessionarie, associazioni, creativi...)
- Conoscere e celebrare i migliori progetti italiani di comunicazione digitale

La partecipazione agli NC Digital Awards è aperta ad aziende, agenzie, agenzie media, case di produzione e concessionarie, con sede in Italia.



### DATE CHIAVE

<b>ELEGGIBILITÀ</b>	1 LUGLIO 2022 - 30 GIUGNO 2023	
<b>ISCRIZIONI E TERMINI</b>	27 GIUGNO 2023	APERTURA ISCRIZIONI
	28 LUGLIO 2023	CHIUSURA ISCRIZIONI*
<b>GIURIA ONLINE</b>	20 - 25 SETTEMBRE 2023	VOTAZIONE ONLINE
	28 SETTEMBRE 2023	COMUNICAZIONE SHORTLIST
<b>NC DIGITAL FESTIVAL</b>	9 OTTOBRE 2023	GIURIA PLENARIA E DIGITAL LIVE PRESENTATION
	10 OTTOBRE 2023	CONTENUTI DIGITALI
	20 OTTOBRE 2023	CERIMONIA DI PREMIAZIONE

## 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° luglio 2022 e il 30 giugno 2023.

- 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 Social Media Awards. Le campagne candidate negli anni precedenti saranno automaticamente escluse dalla competizione. Tuttavia le campagne che hanno concorso all'edizione 2022 possono nuovamente competere al Premio, purchè le stesse

campagne abbiano previsto ulteriori iniziative andate on air durante il periodo di eleggibilità del presente bando.

Tutte le candidature devono essere iscritte e pagate entro i termini previsti dall'organizzazione.

- L'organizzatore si riserva il diritto di accorpare le tipologie o le categorie merceologiche in funzione del numero dei progetti iscritti.

- L'iscrizione di una campagna Digitale Integrata o Social Media Integrated non comprende la partecipazione nelle singole tipologie che la compongono, 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.

- In caso di vittoria, il trofeo verrà consegnato 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 che iscrive.

## TRATTAMENTO E PUBBLICAZIONE DEI PROGETTI

Iscrivendo un progetto agli NC Digital Awards, IMA – Influencer Marketing Awards e Social Media 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.

## 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).

Al podio del **Grand Prix** concorrono solo le campagne di comunicazione digitale 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.

## 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/Sostenibilità
- 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 e MOBILE ADVERTISING:

applicazioni per mobile e tablet, che possono essere di intrattenimento (gaming), legate agli acquisti online di un determinato brand, o applicazioni che permettono all'utente di trarre un vantaggio, in termine di facilitazione di accesso, a un servizio (app contatore, app per gestione da remoto, app registro elettronico scuola, ecc); mobile advertising.

### 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, con un alto potenziale di notiziabilità che utilizzano canali e strumenti digitali (es.: blog, word of mouth, buzz, ecc).

### DIGITAL VIDEO STRATEGY:

le strategie di comunicazione digitali dirette a target specifici e basate sull'utilizzo integrato di uno o più canali video nel rispetto dei formati richiesti dal canale stesso.

### EVENTO DIGITALE E

**PHYGITAL:** 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. L'attività digitale deve però essere determinante ai fini dell'evento.

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

**SEARCH MARKETING:** attività di SEO e 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 MICROSITI:

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 CHANNELS**

##### **MANAGEMENT/STRATEGY:**

progetti editoriali promossi dalle aziende attraverso la gestione dei canali 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.

##### **ALTRE SOLUZIONI DIGITALI:**

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

**PODCAST:** Contenuto audio distribuito attraverso emittenti radiofoniche digitali o piattaforme digitali.

##### **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 E E-SHOP:**

Premio assegnato ai migliori siti di e-commerce o market place italiani a target consumer e business.

##### **PROGRAMMATIC ADV:**

Premio assegnato alle campagne che, con un processo automatizzato di acquisto di spazi pubblicitari sul web basato sulla raccolta dei dati degli utenti e su una profilazione avanzata, hanno raggiunto il miglior risultato.

##### **TIPOLOGIA SPECIALE - PREMIO "PHYGITAL" GRANDI STAZIONI RETAIL**

Grandi Stazioni Retail: Location iconiche e impianti Media innovativi per costruire un'esclusiva relazione fisica e digitale con i consumatori. Il "Premio Speciale Grandi Stazioni Retail" sceglie la campagna Phygital più innovativa nelle piattaforme di contatto più frequentate d'Europa.

## 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](mailto: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



*L'iniziativa, giunta alla quinta edizione, intende valorizzare le campagne di comunicazione 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.*

**IMA AWARDS GRAND PRIX:** per l'assegnazione del podio del Grand Prix concorrono tutte le campagne iscritte nelle differenti categorie, riportate sotto.

Le campagne IMA vanno iscritte a seconda del tipo di talent che viene utilizzato, al di là della strategia adottata. Per questo motivo, risulta di fondamentale importanza l'utilizzo dei creator per sfruttare al meglio le loro potenzialità e quelle offerte dalle piattaforme digitali.

### CATEGORIE DEL CONCORSO

**1. NANO, MICRO E MID INFLUENCER:** si intendono campagne di comunicazione che hanno al centro della strategia l'utilizzo di micro, nano o mid influencer (sotto il milione di fan/follower), che hanno saputo sfruttare al meglio il ruolo dei talent per promuovere il brand, un prodotto o un servizio, ecc

**2. CELEBRITIES:** campagne che hanno al centro l'utilizzo strategico e creativo di un personaggio non nativo digitale, ma che ha un'influenza mediatica e crossmediale considerevole. Sarà valutata in modo particolare la strategia con la quale il personaggio è stato coinvolto nel progetto.

**3. BIG TALENT:** influencer nativi digitali di portata considerevole. Sarà particolarmente centrale la strategia e l'esecuzione creativa con la quale viene sfruttata l'influenza del personaggio, evitando che la sua notorietà oscuri e prevarichi il brand, il prodotto o il servizio oggetto della campagna.

**4. TALENT VIRTUALI:** campagne che hanno utilizzato forme alternative di influencer: personaggi immaginari o creati ad hoc per un'attività (characters, personaggi del mondo gaming, virtuali, ecc.).

### CRITERI DI VALUTAZIONE DELLE CAMPAGNE

**1 CONVERSION**

**2 CREATIVITÀ**

**3 COINVOLGIMENTO DEL TARGET**

**4 STRATEGIA**

**5 MULTICANALITÀ** (da considerare solo se richiesta nel brief del cliente)

**NB:** L'organizzatore e la giuria del premio si riserva il diritto di accorpare i progetti iscritti nelle diverse tipologie, così come può decidere di non assegnare alcuni piazzamenti, in funzione del numero dei concorrenti e dei voti ottenuti dalle campagne concorrenti.

## SOCIAL MEDIA AWARDS



*I canali social diventano sempre più centrali nelle strategie di comunicazione delle aziende. Con questa prima edizione il premio Social Media Awards intende riconoscere e valorizzare i progetti più innovativi che contribuiscono a creare e consolidare la equity dei brand e la relazione con i propri clienti. Il premio, quindi, è un osservatorio importante e una fonte di ispirazione imperdibile per chi intenda esplorare le nuove frontiere dei social media nella loro impetuosa evoluzione.*

### SOCIAL MEDIA INTEGRATED CAMPAIGN

In questa tipologia concorrono le campagne native social, declinate in almeno due delle tipologie 'Social Media Awards'.

### SOCIAL MEDIA AWARDS GRAND PRIX

Al podio del **Grand Prix** concorrono solo le campagne iscritte nella tipologia **SOCIAL MEDIA INTEGRATED CAMPAIGN**. 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.

### TIPOLOGIE SOCIAL MEDIA AWARDS

Pur considerando l'evoluzione integrata di molte campagne, in questa sezione si intende valorizzare quelle che hanno sfruttato le **principali features e i formati di un canale specifico in modo centrale**, strategicamente e creativamente.

- 1. CAMPAGNA TWITTER:** campagne che hanno saputo sfruttare al meglio le potenzialità della piattaforma, in particolare live communication, istant e reactive marketing.
- 2. CAMPAGNA INSTAGRAM:** campagne incentrate sull'utilizzo di stories, reels, post, utilizzo di filtri ecc ,oltre a contest activation, meccaniche ugc ecc.
- 3. CAMPAGNA FACEBOOK:** campagne che hanno sfruttato al meglio il canale, considerando la sua evoluzione nel tempo e l'attuale ruolo centrale come piattaforma media, aggregatore di gruppi di interesse, eventuali partnership editoriali, ecc.
- 4. CAMPAGNA TIK TOK:** saranno valutate in questa categoria le strategie che meglio hanno saputo definire il ruolo di una marca all'interno del canale, utilizzando i suoi formati e strumenti principali. (challenge, creator, ecc)
- 5. CAMPAGNA PINTEREST:** campagne che hanno saputo utilizzare al meglio il mezzo in modo creativo ed esclusivo, nel rispetto del posizionamento della piattaforma e del suo ruolo come mezzo di ispirazione e aggregatore di nicchie di interesse.
- 6. CAMPAGNA YOUTUBE:** campagne video centriche, long form, shorts activation, vodcast, ecc.
- 7. CAMPAGNA LINKEDIN:** campagne focalizzate principalmente sulla corporate communication, che hanno saputo valorizzare l'immagine e i valori di aziende e il loro posizionamento (campagne di recruiting, employer branding, sostenibilità, internal communication, ecc).
- 8. CAMPAGNA SOCIAL LIVE COVERAGE:** a prescindere dal canale, si intendono quelle campagne che hanno al centro l'utilizzo delle live/dirette e che hanno saputo sfruttare lo strumento in modo creativo e originale.

### CRITERI DI VALUTAZIONE DELLE CAMPAGNE

- 1 IDEAZIONE CREATIVA
- 2 STRATEGIA DI COMUNICAZIONE
- 3 ESECUZIONE E SVILUPPO
- 4 RISULTATI\*

**NB:** L'organizzatore e la giuria del premio si riserva il diritto di accorpate i progetti iscritti nelle diverse tipologie, così come può decidere di non assegnare alcuni piazzamenti, in funzione del numero dei concorrenti e dei voti ottenuti dalle campagne concorrenti.

\*: la parte relativa alle performance/risultati non ha un peso determinante ai fini della valutazione, poiché è difficile distinguere i risultati della sola parte organica dal resto e non si hanno a disposizione strumenti e leve specifiche per la valutazione e convalida degli stessi.

## MODALITÀ DI ISCRIZIONE E MATERIALI RICHIESTI

NC DIGITAL AWARDS, IMA-INFLUENCER MARKETING AWARDS E SOCIAL MEDIA AWARDS

L'acquisto della partecipazione è da effettuarsi esclusivamente online, sul sito [www.ncdigitalawards.it](http://www.ncdigitalawards.it)

Dopo aver effettuato la registrazione e l'acquisto, i progetti vanno caricati sulla piattaforma di riferimento, a questo link: <http://ncd.adcgroup.it/ncdefault.aspx>

Non saranno accettate altre modalità di presentazione della candidatura.

**TERMINI DI ISCRIZIONE:** Le iscrizioni e i materiali per la candidatura dovranno pervenire alla segreteria organizzativa entro e non oltre il **28 LUGLIO 2023**. Sarà possibile terminare il caricamento di tutti i materiali richiesti entro il 31 agosto 2023.

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: <a href="http://ncd.adcgroup.it/ncdefault.aspx">http://ncd.adcgroup.it/ncdefault.aspx</a>
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. <b>Il minutaggio indicato è tassativo.</b>	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. <b>Durata massima 30 secondi.</b>	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
<b>MATERIALE FACOLTATIVO SOLO PER:</b> DIGITAL INTEGRATED CAMPAIGN CAMPAGNE IMA AWARDS SOCIAL MEDIA INTEGRATED CAMPAIGN	<b>FORMATO DEL MATERIALE FACOLTATIVO RICHIESTO SOLO PER:</b> DIGITAL INTEGRATED CAMPAIGN CAMPAGNE IMA AWARDS SOCIAL MEDIA INTEGRATED CAMPAIGN
Video speech della campagna iscritta, realizzato dalla struttura concorrente per sostenere e meglio illustrare il proprio progetto.	Formato MP4, L1920px, H1080px (max 200MB) <b>Durata massima: 1 minuto.</b>

\*\*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.

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

La giuria è composta da circa 40 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 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.

## 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"> <li>- Idea creativa</li> <li>- Approccio multimedia</li> <li>- Qualità della realizzazione</li> <li>- Coinvolgimento del target</li> </ul>
SITI CORPORATE SITI ISTITUZIONALI SITI BTOB SITI DI PRODOTTO E MICROSITI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- User Experience (usabilità e architettura delle informazioni)</li> <li>- Storytelling (capacità di raccontare, in maniera esaustiva, i contenuti del sito)</li> <li>- Audience Experience (capacità di coinvolgere la target audience in maniera efficiente e coinvolgente)</li> <li>- Look&amp;Feel (design del sito, grafica, impaginazione, ecc...)</li> </ul>
APP E MOBILE ADVERTISING COMUNICAZIONE DISPLAY DEM ED E-MAIL MARKETING DIGITAL BRANDED CONTENT (BTOB E BTOC) DIGITAL PR DIGITAL VIDEO STRATEGY EVENTO DIGITALE E PHYGITAL NATIVE ADVERTISING SEARCH MARKETING SOCIAL CHANNELS MANAGEMENT/STRATEGY ALTRE SOLUZIONI DIGITALI PODCAST	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Idea creativa</li> <li>- Approccio multimedia</li> <li>- Qualità della realizzazione</li> <li>- Coinvolgimento del target</li> </ul>
TIPOLOGIA SPECIALE E-COMMERCE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Idea creativa</li> <li>- User Experience (facilità di utilizzo e architettura delle informazioni)</li> <li>- Audience Experience (capacità di coinvolgere la target audience)</li> </ul>
CAMPAGNE IMA - Influencer Marketing Awards	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conversion</li> <li>- Creatività</li> <li>- Coinvolgimento del target</li> <li>- Strategia</li> <li>- Multicanalità (da considerare solo se richiesta nel brief del cliente)</li> </ul>
PROGRAMMATIC ADV	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategia gestione dati</li> <li>- Creatività/Customer Experience</li> <li>- Risultati/Efficacia dell'investimento</li> </ul>
CAMPAGNE SOCIAL MEDIA AWARDS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ideazione creativa</li> <li>- Strategia di comunicazione</li> <li>- Esecuzione e sviluppo</li> <li>- Risultati</li> </ul>

## LISTINO PREZZI

L'acquisto della partecipazione è da effettuarsi esclusivamente online, sul sito [www.ncdigitalawards.it](http://www.ncdigitalawards.it)

### FEE ISCRIZIONE PROGETTI

NC DIGITAL AWARDS  
IMA-INFLUENCER MARKETING AWARDS  
SOCIAL MEDIA AWARDS

1 progetto  
650,00 € + 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 perfezionare e terminare l'inserimento delle campagne sulla piattaforma dedicata alle iscrizioni. Se invece si sceglie di pagare con carta di credito, l'attivazione sarà automatica e sarà possibile portare a termine la propria iscrizione senza attendere ulteriori abilitazioni della propria utenza.

### 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, Social Media 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

Attenzione: Per il 2° e 3° classificato del Grand Prix è previsto un trofeo e non una targa, pertanto si deve far riferimento ai prezzi indicati per il trofeo.

Per informazioni di carattere commerciale contattare:

[commerciale@adcgroup.it](mailto:commerciale@adcgroup.it)  
Cell: +39 340 6211730

Per informazioni sulle modalità di iscrizione:

**Erminia Piccolella**  
Project Leader Area Eventi  
[erminia.piccolella@adcgroup.it](mailto:erminia.piccolella@adcgroup.it)  
Cell: +39 342 3405523

## 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; sciropo; 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; colluttori; carta igienica; assorbenti igienici e tamponi; fazzoletti; pannolini; prodotti per la rasatura e raso; 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

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-processori; 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.