



years anniversary

L'INIZIATIVA

ADC Group lancia la ventesima edizione degli NC Awards, l'iniziativa congiunta Annual della Creatività / NC Awards dedicata alla comunicazione integrata e olistica Made in Italy. La rassegna creativa e il Premio hanno l'obiettivo di rappresentare e stimolare lo sviluppo qualitativo dell'industria della comunicazione nelle sue espressioni più originali, innovative e multidisciplinari.

Il format del Festival degli NC Awards si compone delle Live Presentation dei progetti in gara, dei contenuti e della cerimonia di premiazione.

NC AWARDS 2025 - BANDO DI CONCORSO - XX EDIZIONE

Il Festival degli NC Awards intende offrire una piattaforma di business per:

- 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.

La **partecipazione** agli NC Awards è subordinata all'iscrizione delle campagne all'**Annual della Creatività**, che costituisce un punto di riferimento e una fonte ineguagliabile per comprendere il livello di creatività espresso dalle aziende e dalle agenzie in Italia, mettendo in evidenza le iniziative di comunicazione più significative del 2025.

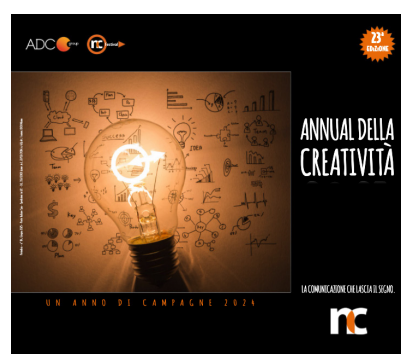
Il concorso è aperto ad aziende, agenzie, centri media, case di produzione e concessionarie con sede in Italia.

L'iniziativa di ADC Group è legata all'**Annual della Creatività**, la pubblicazione e rassegna creativa, che raccoglie tutti i progetti iscritti agli NC Awards.

L'**Annual della Creatività** sarà distribuito in occasione della cerimonia di premiazione degli NC Awards.



NC AWARDS - DATE CHIAVE



ELEGGIBILITÀ	1 GENNAIO 2025 - 31 DICEMBRE 2025	
ISCRIZIONI E TERMINI	26 GENNAIO 2026	APERTURA ISCRIZIONI
	28 FEBBRAIO 2026	TERMINE PER USUFRUIRE DELLE SCALE SCONTI, PER CHI ISCRIVE ANCHE AI BC&E AWARDS E BC&E SUSTAINABILITY AWARDS
	10 APRILE 2026	CHIUSURA ISCRIZIONI NC AWARDS
GIURIA ONLINE	6-12 MAGGIO 2026	VOTAZIONE ONLINE
	14 MAGGIO 2026	COMUNICAZIONE SHORTLIST CAMPAGNE OLISTICHE FINALISTE
FESTIVAL	25 MAGGIO 2026	GIURIA PLENARIA E LIVE PRESENTATION CAMPAGNE OLISTICHE FINALISTE
	4 GIUGNO 2026	CONTENUTI IN STREAMING
	5 GIUGNO 2026	CERIMONIA DI PREMIAZIONE

REQUISITI DI AMMISSIONE E REGOLE PER LA PARTECIPAZIONE

- La partecipazione agli NC Awards è subordinata all'iscrizione delle campagne all'Annual della Creatività.
- Il concorso vedrà come protagonisti i progetti e le campagne che, indipendentemente dalla loro data di inizio e termine, sono state on air in una data compresa tra il 1° gennaio 2025 e il 31 dicembre 2025.
- 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 Awards. Le campagne candidatesi gli anni precedenti saranno automaticamente escluse dalla competizione. Sono ammessi progetti già vincitori di altri concorsi. Le campagne che hanno concorso all'edizione 2025 non possono nuovamente competere al Premio, a meno che le stesse campagne abbiano previsto ulteriori iniziative andate on air durante il periodo di eleggibilità del presente bando.
- 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 nell'area Comunicazione Olistica esclude la partecipazione nelle singole tipologie che la compongono dove, invece, è possibile partecipare pagando un fee aggiuntivo come da listino.
- Tutte le candidature devono essere iscritte e pagate entro i termini previsti dal bando.
- Successivamente alla scadenza stabilita per il caricamento online dei materiali, non sarà possibile modificare o aggiungere materiali.
- Le campagne con materiali incompleti o di cui non risulta essere stato corrisposto il fee di iscrizione, non concorreranno al Premio.
- 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 ed alla pubblicazione del materiale ed alla piena e libera utilizzazione e disposizione dello stesso per le finalità strettamente connesse al concorso.
- Iscrivendo un progetto il candidato acconsente, previa verifica del consenso di tutti i soggetti coinvolti nel progetto, all'utilizzo da parte di ADC Group dei materiali caricati sull'apposita piattaforma (testi, video, immagini, ecc.) per i fini di organizzazione, svolgimento e comunicazione del Premio sui siti di proprietà di ADC Group, nell'archivio, newsletter, app, social media, ecc.
- È responsabilità dell'iscrivente accertarsi che la società cliente/committente concordi con la candidatura del progetto.
- In caso di vittoria il trofeo sarà 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.
- La partecipazione al concorso presuppone la tacita accettazione di tutte le norme del bando.

ISCRIZIONE E PREMI IN PALIO

I progetti possono essere iscritti in una o più aree che animano il concorso.

1. AREA COMUNICAZIONE OLISTICA: Best Holistic Campaign e Grand Prix

Per il Grand Prix verrà assegnato un podio assoluto (oro, argento e bronzo) così come per ciascuna categoria del concorso.

In quest'area concorrono le campagne che hanno avuto uno svolgimento integrato sui diversi media e canali, siano essi classici, digitali o innovativi. Per concorrere in questa categoria, le campagne dovranno quindi essere declinate in **almeno due tipologie appartenenti ad almeno due diverse aree** tra quelle che animano il concorso. È possibile concorrere nell'Area Olistica scegliendo tra **Comunicazione Olistica e Comunicazione Olistica BtoB**, a seconda del target della campagna. In fase di iscrizione, inoltre, le campagne saranno suddivise per categoria in concorso del soggetto presentato.

Grand Prix

Verrà selezionato tra le campagne in concorso nell'area comunicazione olistica che avranno ricevuto il voto più alto in seguito alla valutazione da parte della giuria riunita in sessione plenaria.

NOVITÀ

Grand Prix for Good

Novità di quest'anno è l'introduzione del **Grand Prix for Good**, il riconoscimento dedicato alle campagne di comunicazione integrata iscritte agli NC Awards che si distinguono per una forte e dichiarata finalità sociale.

Il premio viene assegnato dalla Giuria alla campagna olistica che abbia saputo coniugare eccellenza creativa, efficacia comunicativa e impatto positivo sulla società, promuovendo valori quali inclusione, sostenibilità, responsabilità civile, diritti e consapevolezza.

Il **Grand Prix for Good** si affianca al Grand Prix tradizionale, dal quale è indipendente, e viene assegnato alla campagna olistica iscritta nella categoria merceologica Non Profit/Sociale, ritenuta meritevole dalla Giuria per il suo contributo al bene comune.

Campagne Olistiche per categoria di concorso.

- Abbigliamento e accessori
- Alimentari/Dolciumi e Merendine
- Apparecchi Elettronici e Audio/Video
- Auto e Altri Veicoli
- Bagno/Pulizia Casa
- Banche e Assicurazioni
- Beauty
- Bevande (alcoliche/analcoliche)
- Casa (arredamenti/accessori)
- CSR/Purpose/Sustainability
- Distribuzione e Ristorazione
- Editoria e Media
- Health & Pharma
- Intrattenimento e Tempo Libero
- Non Profit/Sociale*
- Servizi di Interesse Pubblico
- Telecomunicazioni
- Varie
- Viaggi, Trasporti e Turismo

PREMI DI TIPOLOGIA

Per ciascuna tipologia delle diverse aree verrà assegnato un podio (oro, argento e bronzo). La giuria del premio si riserva il diritto di spostare i progetti iscritti da una tipologia all'altra, nonché di decidere di non assegnare alcuni piazzamenti, in funzione del numero dei concorrenti e dei voti ottenuti dalle campagne in gara.

2. AREA MEDIA CLASSICI

- Brand Identity
- Campagna Esterna (Out Of Home)
- Campagna Radio
- Campagna Stampa (Quotidiana o Periodica)
- Campagna televisiva/cinema
- Packaging & Design
- Sponsorizzazione
- Campagna Area Media Classici BtoB

3. AREA INTERATTIVA/DIGITALE

- Campagna di Comunicazione online (siti corporate e microsite creati ad hoc per comunicare una particolare iniziativa)
- Campagna advertising online (banner, sponsorizzazioni, bottoni, interstitial, ecc.)
- Campagna Relazioni Pubbliche
- Piattaforme Gaming,
- Artificial Intelligence, Augmented Reality e Virtual Reality
- Evento e Guerrilla Marketing
- Comunicazione sui Social Media
- Progetto Direct/Marketing Relazionale
- Campagna Data Driven
- Campagna Area Interattiva/Digitale BtoB

4. AREA MEDIA INNOVATIVI

- **Digital Outdoor** (comunicazione esterna che rende la comunicazione digitale, interattiva e dinamica attraverso schermi di varie forme e dimensioni).
- Comunicazione sul Punto vendita/ Shopper Marketing
- Viral/Mobile Marketing
- Concept Design (progetti Hotel, Office, Retail)
- Podcast (Contenuto audio distribuito attraverso emittenti radiofoniche digitali o piattaforme digitali)
- Campagna Area Media Innovativi BtoB

5. AREA VIDEO STRATEGY

In quest'area concorrono le strategie di comunicazione dirette a target specifici e basate sull'utilizzo integrato di uno o più canali video.

- Campagna di Video Strategy
- Campagna di Video Strategy BtoB

* Le campagne iscritte in questa categoria merceologica, non concorrono per l'assegnazione del Grand Prix NC Awards, ma solo per il Grand Prix for Good.

TIPOLOGIE SPECIALI*

CAMPAGNA INTERNAZIONALE CON CREATIVITÀ ITALIANA

Progetti ideati da agenzie con sede in Italia ma con pianificazione all'estero.

PROGETTI HEALTH

Progetti di conoscenza, educazione ed engagement della persona in relazione al suo benessere personale e quello dell'ambiente in cui vive. (Si riferisce, ma non è limitato, al mondo del personal care, prodotti farmaceutici OTC, qualità della vita, qualità dell'ambiente, etc.).

PROGETTI PHARMA

Progetti di comunicazione, dove il protagonista è l'azienda farmaceutica che si rivolge ai propri target 'clinici' (professionisti del settore, HCP, istituzioni, pazienti) o al grande pubblico, creando awareness e consapevolezza sulle patologie, aiutando le persone a conoscere, prevenire o affrontare le malattie.

CREATIVE BUSINESS TRANSFORMATION

Progetti creativi che spingono aziende e brand a trasformarsi, creare nuovi prodotti e/o servizi, e innovare il modo in cui ingaggiano i consumatori.

FILM CRAFT

Progetti in cui la realizzazione tecnica (regia, produzione, post produzione, ecc...) incrementa il valore dell'idea creativa e ne migliora l'esecuzione.

ATTENZIONE: è possibile la partecipazione in questa categoria alle sole case di produzione.

BRAND SUSTAINABILITY AWARD

Progetti nati per comunicare, in maniera efficace e coerente, i valori della sostenibilità, nei suoi diversi aspetti (sostenibilità ambientale, sociale ed economica).

BRAND LOYALTY AWARD

Progetti di loyalty e di reward che mirano ad instaurare tra il brand e i clienti un rapporto continuo e duraturo, e a generare coinvolgimento e partecipazione prima, durante e dopo l'acquisto. (Ad esempio: progetto di customer relationship management (crm), progetto di gamification, progetto mobile, short e long collection, social media contest, member get member, ecc.).

PREMI SPECIALI

I Premi Speciali vengono assegnati sulla base del punteggio complessivo accumulato dalla struttura concorrente, grazie ai piazzamenti (oro, argento e bronzo), ottenuti dai propri progetti.

NON è pertanto possibile iscriversi ai Premi Speciali.

ASSEGNAZIONE PUNTEGGI

GRAND PRIX	
ORO	10 PUNTI
ARGENTO	5 PUNTI
BRONZO	3 PUNTI

CAMPAGNE OLISTICHE PER CATEGORIA DEL CONCORSO	
ORO	5 PUNTI
ARGENTO	3 PUNTI
BRONZO	2 PUNTI

PREMI DI TIPOLOGIA	
ORO	3 PUNTI
ARGENTO	2 PUNTI
BRONZO	1 PUNTI

BEST HOLISTIC AGENCY/ PRODUCTION COMPANY/ MEDIA AGENCY/ECC.

Premio assegnato alla struttura i cui progetti iscritti avranno totalizzato il maggior punteggio nelle diverse Tipologie, nell'Area Olistica, nelle Tipologie Speciali e nel Grand Prix. Il punteggio sarà calcolato tenendo conto solo del piazzamento più alto ottenuto da ciascun progetto iscritto dalla struttura. Per "struttura" si intende la realtà che ha candidato il progetto: aziende, agenzie, case di produzione, centri media, concessionarie. Il punteggio viene assegnato solo alla struttura che ha acquistato la pagina dell'Annual della Creatività.

BEST HOLISTIC COMPANY

Premio assegnato all'azienda i cui progetti iscritti avranno totalizzato il maggior punteggio nelle diverse Tipologie nell'Area Olistica, nelle Tipologie Speciali e nel Grand Prix. Il punteggio sarà calcolato tenendo conto solo del piazzamento più alto ottenuto da ciascun progetto.

*Le campagne appartenenti a TIPOLOGIE SPECIALI non concorrono per l'assegnazione del Grand Prix.

PREMI DELL'EDITORE

I premi dell'editore sono riconoscimenti assegnati, in accordo con la giuria, a persone e strutture che si sono particolarmente distinte nel corso degli ultimi dodici mesi. È possibile proporre candidature a erminia.piccolella@adcgroup.it

AGENZIA EMERGENTE

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

AGENZIA INDIPENDENTE

Premio assegnato all'agenzia indipendente che nel 2025 ha espresso la migliore performance nel mercato della comunicazione in termini di dinamismo, capacità di interpretare i cambiamenti in atto e new business.

MANAGER DELL'ANNO

Premio assegnato al manager di agenzia o di azienda che si è distinto per meriti particolari nel corso del 2025.

MEDIA PERSON OF THE YEAR

In uno scenario caratterizzato da una evoluzione per molti aspetti travolgente, il Premio Media Person of the Year intende riconoscere il valore delle persone che si sono distinte per capacità di visione, innovazione e gestione del cambiamento nella vasta area dei mezzi.

AMBASCIATORE DELLA COMUNICAZIONE

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

PREMIO 'INNOVAZIONE NELLA COMUNICAZIONE'

Assegnato alla struttura che meglio ha saputo ricorrere all'utilizzo di nuove tecnologie all'interno della campagna.

MEZZO DELL'ANNO

Assegnato al mezzo pubblicitario che si è particolarmente distinto nel corso del 2025 per qualità ed efficacia.

MEZZO EMERGENTE

Assegnato al miglior mezzo pubblicitario emergente che si è particolarmente distinto per innovazione, risultati e velocità di crescita.

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E MATERIALI RICHIESTI

Per partecipare è necessario registrarsi sul sito <http://giuria.ncawards.it>, compilare il form online ed eseguire il caricamento dei materiali richiesti per ogni campagna iscritta. Non saranno accettate altre modalità di presentazione della candidatura. La presentazione del materiale relativo alle campagne iscritte rappresenta la parte più importante nel processo di iscrizione al concorso. **La qualità del materiale è fondamentale e anch'essa oggetto di valutazione da parte della giuria.**

TERMINI DI ISCRIZIONE

L'iscrizione di ciascuna campagna dovrà essere effettuata entro e non oltre il **10 APRILE 2026**, termine inderogabile anche per l'invio dei materiali a supporto dei progetti che dovranno essere caricati sull'apposita piattaforma. Tutto il materiale pervenuto oltre la suddetta data non verrà preso in considerazione ai fini del concorso.

MATERIALI PER SCHEDA PROGETTO SULL'ANNUAL DELLA CREATIVITÀ (OBBLIGATORIO)	MATERIALI PER PARTECIPAZIONE AL CONCORSO NC AWARDS (OBBLIGATORIO)
<p>Per ogni pagina dell'Annual dedicata alla campagna iscritta si dovranno caricare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Breve testo di descrizione della campagna/progetto (massimo 600 battute, spazi inclusi) • 2 Loghi della struttura* che iscrive la campagna. 1 in formato png con sfondo trasparente e 1 in formato vettoriale: pdf, eps, ai. • 2 Loghi società cliente* 1 in formato png con sfondo trasparente e 1 in formato vettoriale: pdf, eps, ai. • Fino a 5 immagini/soggetti della campagna o, in alternativa, un unico "board" da voi composto contenente più immagini <p>Formato immagini: jpeg/pdf/tiff, alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm</p> <p>Formato "Board": jpeg/pdf/tiff, alta risoluzione/300dpi, base 20 cm, altezza 8,7 cm</p>	<p>Per la partecipazione al concorso è necessario inviare obbligatoriamente ed entro i termini prestabiliti, quanto segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Form di iscrizione, debitamente compilato in ogni sua parte • Video del progetto iscritto** (LONG VERSION) - Formato MP4, L1920px, H1080px (max 100MB). Durata massima: 3 minuti (tassativo). Questa versione spiega la case history iscritta e viene utilizzata per la valutazione da parte della giuria sia per la fase di votazione online, sia durante le live presentation. Il video verrà inoltre pubblicato nell'archivio dei progetti iscritti al concorso presente sul sito www.ncawards.it. • Video del progetto iscritto** (SHORT VERSION) - Formato MP4, L1920px, H1080px (max 100MB). Durata massima: 30 secondi (tassativo). Questa versione viene utilizzata in caso di vittoria durante la cerimonia di premiazione
	<p>MATERIALI PER PARTECIPAZIONE AL CONCORSO NC AWARDS - SOLO PER LE CAMPAGNE OLISTICHE (FACOLTATIVO, MA CONSIGLIATO)</p> <p>Video speech della campagna olistica iscritta, realizzato dalla struttura concorrente per sostenere e meglio illustrare il proprio progetto. Formato MP4, L1920px, H1080px (max 200MB) Durata massima: 1 minuto.</p>

*Nel caso in cui debbano essere presenti più loghi (es. due società clienti), è possibile caricare una unica immagine con un composit degli stessi.

**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 (e preferibile) fornire materiali diversi 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, in due fasi separate, dalla giuria del premio composta da circa 40 manager delle più prestigiose aziende investitrici in comunicazione e da rappresentanti delle associazioni più autorevoli del settore.

Ogni campagna iscritta agli NC Awards, verrà giudicata, idealmente, secondo **quattro criteri di eccellenza qualitativa**:

Best Insight and Consumer Engagement (idea creativa e coinvolgimento del target)

Best Media Strategy (approccio multimedia)

Best Execution (qualità della realizzazione)

Best Results (risultati)

Per le sole campagne che gareggiano al Brand Loyalty Award, i criteri di votazione saranno i seguenti:

- **Best Insight**: creatività, grado di innovazione del progetto, consumer benefit proposto.
- **Best Customer Experience and Execution**: coinvolgimento coerente col target di riferimento, qualità della meccanica proposta e della comunicazione a supporto del progetto.
- **Best Omnichannel Approach**: utilizzo in maniera efficace dei diversi canali per parlare al consumatore.
- **Best Data management and performance**: capacità nell'analisi dei dati e risultati conseguiti.
- **Best Technology**: utilizzo di tecnologie innovative in termini di engagement ed execution.
- **Best Communication approach**: migliore strategia di comunicazione a supporto della strategia loyalty.



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.

LISTINO PREZZI

Con l'iscrizione all'Annual della Creatività, la partecipazione agli NC Awards è automatica. Ogni scheda dell'Annual conterrà la presentazione di un progetto/campagna.

PROGETTI

1 progetto / 1 pagina / partecipazione al concorso NC Awards
Costo 1.200,00 € + IVA

2 progetti / 2 pagine / partecipazione al concorso NC Awards
Costo 2.200,00 € + IVA

3 progetti / 3 pagine / partecipazione al concorso NC Awards
Costo 3.200,00 € + IVA

Dal 4° progetto / 4 pagine / partecipazione al concorso NC Awards
Costo 900,00 € + IVA cad

TIPOLOGIE AGGIUNTIVE

1 tipologia aggiuntiva / 1 pagina aggiuntiva / partecipazione al concorso NC Awards
Costo 1000,00 € + IVA cad

Per ogni tipologia aggiuntiva / pagina aggiuntiva oltre la terza / partecipazione al concorso NC Awards
Costo 900,00 € + IVA cad

1 tipologia aggiuntiva / SENZA pagina aggiuntiva / partecipazione al concorso NC Awards
Costo 450,00 € + IVA cad

Il pagamento deve essere effettuato, previo invio di apposita copia commissione da parte dell'account manager di riferimento, entro il **10 APRILE 2026**.

DATI BANCARI

Intestatario: ADC Group Srl

Bank: Banca Intesa San Paolo

IBAN: IT59 P030 6909 4571 0000 0005 772

BIC: (Swift) BCITITMM

Causale: Annual della creatività + numero di campagne iscritte + nome della struttura

ATTENZIONE! L'acquisto contestuale della partecipazione alle iniziative NC Awards, BC&E Awards e BC&E Sustainability Awards **ENTRO E NON OLTRE IL 28 FEBBRAIO 2026** dà diritto all'applicazione delle tariffe scontate come previsto nella tabella in alto.

LISTINO COPIE PREMI

1 trofeo (oro)	400 € + IVA 22%	1 trofeo (argento o bronzo)	150 € + IVA 22%
2 trofei (oro)	650 € + IVA 22%	2 trofei (argento o bronzo)	250 € + IVA 22%
3 trofei (oro)	900 € + IVA 22%	3 trofei (argento o bronzo)	350 € + IVA 22%
Dal 4° trofeo (oro)	250 € + IVA 22% CAD	Dal 4° trofeo (argento o bronzo)	100 € + IVA 22% CAD

Attenzione: Per i piazzamenti argento e bronzo del Grand Prix si deve far riferimento ai prezzi indicati per il trofeo oro, trattandosi della stessa tipologia di trofeo.

Per informazioni commerciali contattare il proprio account di riferimento in ADC Group.

Per i nuovi clienti:
commerciale@adcgroup.it
Tel. 02 49766316

Per informazioni sulle modalità di iscrizione:

Erminia Piccolella
Project Leader Area Eventi
erminia.piccolella@adcgroup.it
Mob: +39 342 3405523

1 – TRATTAMENTO E PUBBLICAZIONE DEI PROGETTI

Iscrivendo un progetto agli NC 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 del Premio 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.

2 – 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 la segreteria organizzativa 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 la segreteria organizzativa.
- 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.

3 – 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, valigie, borse, 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, panna, burro, formaggio, uova, latte, 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, lettori video, macchine fotografiche, videocamere, binocoli, cinema, hi-fi, stereo personale, lettori CD e minidisc, lettori MP3, computer, laptop, tablet, lettori DVD e Blu-ray, 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, frigoriferi, forni, forni a microonde, elettrodomestici per cucinare, elettrodomestici da cucina.

Auto e altri veicoli

Auto, jeep e 4 ruote motrici. Pick-up, camion, furgoni, moto, pneumatici, ricambi, accessori inclusi in-car hi-fi, GPS e altri sistemi di navigazione, benzina, olio, aziende di servizi officine e concessionarie auto.

Bagno/Pulizia Casa

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 rasoi.

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, salute e costruzione, assicurazione auto, pensioni e piani di pensione, investimenti immobiliari, sviluppi immobiliari, concessionarie finanziarie e leasing.

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.

Bevande (alcoliche/analcoliche)

Birra (incl. birra analcolica), sidro, birra, alcopops, vino, champagne, vini liquorosi, distillati, liquori. Succhi di frutta, bevande e caffè, tè, cioccolata e bevande di malto, distillate e gassate, succhi vegetali e di frutta, acque minerali, latte aromatizzato.

Casa (arredamenti/accessori)

Arredo casa e giardino, bicchieri, biancheria da letto e da tavola, bagni, docce e servizi igienici, decorazione della casa e prodotti per l'edilizia, coperture per pareti e pavimenti, porte e finestre, termosifoni, condizionatori, lampade, torce, orologi, prodotti per la sicurezza a casa, rilevatori di fumo, strumenti, attrezzi da giardino.

CSR/Purpose/Sustainability

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 tatuaggio, servizio di lavanderia, agenzie immobiliari, fotoprocessori, negozi di TV, video e altro noleggio, mail-per le aziende e cataloghi, negozi online e aste. Ristoranti e bar, catene di fast food e negozi, 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 e video on-demand.

Health & Pharma

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; dispositivi medici, medicinali, iniziative unbranded per la sensibilizzazione, comprensione e informazione sulle patologie e malattie.

Intrattenimento e Tempo Libero

Club, 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, sport e outdoor, attrezzature sportive, 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.

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, energia e acqua, stazioni di benzina, assistenza sanitaria privata & cliniche, scuole private e università, corsi per corrispondenza, pratiche private (ad esempio servizi legali, architettonici e paesaggistici), informatica, ict.

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 & 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, enti turistici, alberghi, resort, promozione di città e paesi, noleggio auto, pass da viaggio.