



BRAND FOR
ENTERTAINMENT

BANDO PREMIO BRAND FOR ENTERTAINMENT

2^a EDIZIONE

L'INIZIATIVA



Il mercato della comunicazione si evolve, e anche gli NC Awards, il premio assegnato dalle aziende alla comunicazione made in Italy più innovativa dell'anno, intendono mantenere il passo con il cambiamento. Per questo motivo gli **NC Awards** ospitano al proprio interno, per il secondo anno, il **Brand For Entertainment**, il primo premio dedicato alle diverse espressioni di brand content. L'iniziativa è legata all'**Annual della Creatività**, la rassegna creativa giunta alla 15^a edizione, che sarà distribuito in 30.000 copie a Marzo 2017.

REQUISITI DI AMMISSIONE

La **partecipazione** al premio **NC Awards-Brand For Entertainment** è **subordinata all'iscrizione** delle campagne all'**Annual della Creatività**, che costituisce un punto di riferimento e una fonte ineguagliabile per comprendere il livello della creatività espresso dalle aziende e dalle agenzie in Italia, mettendo in evidenza le iniziative di comunicazione più significative del 2016.

Il concorso è aperto alle aziende, mezzi, agenzie, centri media, case di produzione e concessionarie che abbiano realizzato campagne/progetti pianificati nel periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2016.

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

Durante la cerimonia di premiazione il trofeo verrà consegnato a chi ha iscritto la campagna.

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E MATERIALI

L'iscrizione all'Annual della Creatività dà diritto alla partecipazione agli **NC Awards-Brand For Entertainment**.

E' necessario registrarsi sul sito <http://bfe.ncawards.it>, compilare il form online ed eseguire il caricamento dei materiali richiesti per ogni campagna iscritta.

L'iscrizione della campagna dovrà essere effettuata **entro e non oltre il 15 FEBBRAIO 2017**, termine anche **dell'invio dei materiali a supporto dei progetti che dovranno essere inviati tramite l'apposita piattaforma**.

Tutto il materiale pervenuto oltre la suddetta data, non verrà preso in considerazione ai fini del concorso.

La presentazione del materiale relativo alle campagne iscritte rappresenta sicuramente 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.

I **materiali richiesti**¹ e le specifiche sono dettagliati nell'**ALLEGATO A** del bando.

¹ Il partecipante dichiara e garantisce che:

- il materiale inviato (di seguito Materiale) 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;
- di avere preventivamente ottenuto - anche ai sensi e per gli effetti delle disposizioni di cui al d.lgs. 196/03 - tutti i consensi e le liberatorie previsti dalle vigenti disposizioni normative in ordine all'utilizzo ed alla pubblicazione del Materiale e che pertanto ne' il Materiale ne' la relativa pubblicazione da parte di ADC Group comporterà la violazione di diritti di terzi;
- di essere consapevole che mediante l'invio del Materiale e mediante l'accettazione delle presenti condizioni e termini di partecipazione concede ad ADC Group il diritto di utilizzare e pubblicare il Materiale trasmesso per le finalità strettamente connesse al Concorso;

GIURIA E CATEGORIE DI ISCRIZIONE

La **giuria** è composta da circa 30 manager di azienda, responsabili pubblicità e comunicazione e dai rappresentanti delle associazioni più autorevoli del settore. I progetti possono essere iscritti in una o più delle **tre tipologie** che animano il concorso:

- **BRANDED CONTENT**

Progetti che nascono dalla creazione, produzione e distribuzione (tv e/o radio e/o web, eventi) di contenuti pensati insieme al brand nel rispetto del suo sistema valoriale e della sua proposta commerciale. I progetti di branded content propongono un formato originale. Si parte dal brand e si arriva al contenuto.

- **BRAND INTEGRATION/PRODUCT PLACEMENT**

Progetti che prevedono l'inserimento di un prodotto o di un brand all'interno di un programma esistente che può essere realizzato nelle diverse fasi di lavorazione (preproduzione, produzione, postproduzione). La brand integration e il product placement tradizionale si inseriscono in un formato esistente. In questi due casi si parte dal contenuto all'interno del quale si inserisce il brand.

In particolare **la Brand Integration** è una forma più strutturata di product placement (prodotti inseriti e utilizzati dagli attori o dagli interpreti di un film o un programma televisivo), dove il brand diventa o tenta di divenire parte rilevante del contenuto cercando di incidere sul format stesso del programma e legarsi ad esso diventandone protagonista.

- **NATIVE ADVERTISING**

In questa categoria concorrono i progetti realizzati per testate ed editori digitali e stampa cartacea. Si parla più precisamente di native advertising, ossia di quelle forme di comunicazione commerciale e contenuti pubblicitari immersi nel flusso di contenuti non sponsorizzati, che si integrano perfettamente nel contesto di fruizione. Il native content, o native advertising, non è un'inserzione o un banner, ma un contenuto che permette di raggiungere due obiettivi: fidelizzazione ed engagement.

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

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

CATEGORIE MERCEOLOGICHE²

- Abbigliamento e Accessori
- Alimentari/Dolciumi e Merendine
- Apparecchi Elettronici e Audio/Video
- Auto e Altri Veicoli
- Bagno/Pulizia Casa/Prodotti Farmaceutici/Cosmesi
- Banche e Assicurazioni
- Bevande Alcoliche e Analcoliche
- Casa Arredamenti e Accessori
- Distribuzione e Ristorazione
- Editoria e Media
- Non Profit/Sociale e CSR
- Servizi di Interesse Pubblico
- Telecomunicazioni
- Varie
- Viaggi e Trasporti/Intrattenimento e Tempo Libero

Tutte le campagne che avranno superato la fase di verifica di completezza dei materiali caricati sul sito <http://bfe.ncawards.it>, saranno valutate dalla **Giuria del Premio**.

FASE 1 - VOTAZIONE ON LINE

Nel corso della prima fase di votazione la giuria valuterà online i progetti iscritti distribuiti nelle **tre tipologie**:

- **BRANDED CONTENT**
- **BRAND INTEGRATION/PRODUCT PLACEMENT**
- **NATIVE ADVERTISING**

Nella sessione di giuria online verranno decretati i finalisti delle diverse tipologie, che entreranno in una shortlist per essere poi votati *ex novo* in seduta plenaria.

²Vedi ALLEGATO B per ulteriori specifiche sulle categorie merceologiche.

FASE 2 – SEDUTA PLENARIA DI GIURIA E LIVE PRESENTATION

I progetti che supereranno la selezione iniziale ed entreranno quindi nella shortlist potranno essere presentati alla giuria, riunita in sessione plenaria, direttamente da un esponente della struttura che ha iscritto il progetto, potendolo integrare con informazioni aggiuntive per fare emergere il valore integrato della campagna stessa.

La presentazione dal vivo alla giuria prevede un tempo massimo di dieci minuti per ciascun progetto, durante i quali è possibile mostrare il video della lunghezza massima di 3 minuti già inviato in fase di iscrizione, aggiungere altre informazioni e rispondere alle eventuali domande dei giurati.

I dettagli della presentazione verranno comunicati per tempo e contestualmente all'uscita della shortlist.

Le presentazioni saranno aperte al pubblico degli addetti ai lavori.

La giuria potrà decidere di non assegnare premi in una o più categorie qualora non giudichi meritevoli i lavori iscritti, così come si riserva la facoltà di assegnare il premio a più candidati *ex aequo*.

Il giudizio e le decisioni che la giuria prenderà sono insindacabili.

Alla giuria è riservato il diritto di raggruppare, cambiare o aggiungere nuove categorie.

PREMI PER CATEGORIA ED ECCELLENZA QUALITATIVA - MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE

Ogni Categoria avrà un vincitore, un secondo e un terzo classificato.

Ogni progetto verrà giudicato, idealmente, secondo **quattro criteri di eccellenza qualitativa**:

- **Best Insight** (idea creativa)
- **Best Multiplatform strategy** (approccio multimedia)
- **Best Execution** (qualità della realizzazione)
- **Best Consumer Engagement** (coinvolgimento del target)

Ogni criterio, secondo la decisione della giuria, potrà essere riconosciuto come **Premio Speciale**.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE ANNUAL DELLA CREATIVITÀ / NC AWARDS-BRAND FOR ENTERTAINMENT

Con l'iscrizione all'Annual della Creatività, la partecipazione agli **NC Awards-Brand For Entertainment** è automatica.

Ogni scheda dell'Annual conterrà la presentazione della campagna.

1 campagna (1 tipologia) - 1 pagina - partecipazione al concorso NC Awards-Brand For Entertainment

Costo netto 1000,00 € + IVA

2 campagne (2 tipologie) - 2 pagine - partecipazione al concorso NC Awards- Brand For Entertainment

Costo netto 1800,00 €+ IVA

3 campagne (3 tipologie) - 3 pagine - partecipazione al concorso NC Awards- Brand For Entertainment

Costo netto 2600,00 €+ IVA

Per ogni campagna/tipologia o pagina aggiuntiva oltre la terza - partecipazione al concorso NC Awards-Brand For Entertainment

Costo netto 700,00 € + IVA cad

1 tipologia aggiuntiva / senza pagina aggiuntiva / partecipazione al concorso NC Awards- Brand For Entertainment

Costo netto 300,00 €+ IVA cad

Il pagamento deve essere effettuato, previo invio di apposita copia commissione da parte dell'account di riferimento, entro il **10 Marzo 2016**.

NB: Gli sconti riportati nella tabella qui in alto, riservati a chi iscrive al Premio Brand For Entertainment, sono cumulabili con quelli degli NC Awards.

ATTENZIONE: al vaglio della giuria verranno sottoposte solo le campagne iscritte dalle strutture che avranno effettuato il pagamento entro il 10 marzo 2017

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

CONTATTI

Per informazioni di carattere commerciale contattare:

e-mail: commerciale@adcgroup.it

Tel: +39 346 0472506

Per informazioni sulle modalità di iscrizione e per assistenza:

Divisione Eventi ADC Group

Erminia Piccolella

mail: erminia.piccolella@adcgroup.it

Tel: +39 02 49470099

Francesca Caratù

mail: francesca.caratu@adcgroup.it

Tel: +39 02 49766312

ALLEGATO A

SPECIFICHE MATERIALI NC AWARDS-BRAND FOR ENTERTAINMENT

Come presentare al meglio il materiale dei progetti iscritti

La presentazione del materiale relativo alle campagne iscritte rappresenta sicuramente 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.

Materiale per scheda sull'Annual della Creatività (Obbligatorio)

Ogni progetto iscritto ha diritto a una pagina sull'Annual della Creatività. Nella pagina saranno presenti il logo della struttura che iscrive, il logo del cliente (o dell'agenzia), le immagini del progetto, il testo descrittivo e i credits caricati in fase di iscrizione.

Per ogni pagina dell'Annual dedicata alla campagna iscritta si dovranno caricare:

- N.1 **Logo della società organizzatrice** in alta definizione (jpeg/pdf/tiff/eps - alta risoluzione/300dpi)
- N.1 **Logo della società cliente** in alta definizione (jpeg/pdf/tiff/eps - alta risoluzione/300dpi)
- fino a **3 immagini/soggetti della campagna** nei seguenti formati: **jpeg/pdf/tiff** (alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

NB: In **alternativa** a queste ultime, è possibile fornire **un unico "board"** da voi composto contenente anche più immagini (jpeg/pdf/tiff – alta risoluzione/300dpi, **base di almeno 20cm, altezza massima 10cm**)

Materiale per sezione "I protagonisti" sull'Annual della Creatività

All'interno dell'Annual è prevista una sezione dove comparirà una sola breve intervista per ciascuna struttura partecipante, indipendentemente dal numero di campagne da essa iscritte.

Sulla piattaforma di iscrizione dovranno essere caricati:

- La risposta alla domanda presente sulla piattaforma (massimo 750 battute, spazi inclusi)
- La foto di chi risponde (Direttore Creativo, Amministratore Delegato, ecc – jpeg/tiff/pdf in alta risoluzione/300dpi).

Materiale per partecipazione al Concorso Brand For Entertainment

Per la partecipazione al concorso e la pubblicazione della propria campagna sul sito www.ncawards.it è necessario inviare obbligatoriamente quanto segue:

- **VIDEO RIASSUNTIVO/RAPPRESENTATIVO** del progetto iscritto
Formato **MP4, L1920px, H1080px (max 100MB)**

Il video riassuntivo dovrà avere una **durata massima di 3 minuti** (tassativo).

Nel caso in cui il video risultasse più lungo, verrà tagliato dalla segreteria organizzativa.

ATTENZIONE: nel caso in cui non fosse disponibile materiale per produrre il suddetto 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.

IMPORTANTE: in caso di vittoria (1° posto) verrà successivamente richiesto un video della durata massima di 30" che verrà mostrato durante la cerimonia di premiazione.

ALLEGATO B

CATEGORIE MERCEOLOGICHE - NC AWARDS 2016

■ **Abbigliamento e Accessori**

Abbigliamento da giorno, da sera e da notte, biancheria intima, collant e calze, calzature, abbigliamento sportivo, 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, frigor, freezer, 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, stazioni di benzina, benzina, olio, aziende di servizi officine, concessionarie auto e concessionarie finanziarie e leasing

■ **Bagno/Pulizia Casa/Prodotti Farmaceutici/Cosmesi**

Detersivi per abbigliamento, ammorbidenti, detersivi per lavastoviglie, prodotti per la pulizia, deodoranti. Dentifrici, spazzolini da denti, collutori, carta igienica, assorbenti igienici e tamponi, fazzoletti, pannolini, prodotti per la rasatura e rasoi, spazzole per capelli, pettini, parrucche, 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 di gel, mousse, tinture per capelli, sapone doccia e bagnoschiuma, creme solari e prodotti abbronzanti, asciugacapelli, piastre per capelli, bigodini. Farmaci OTC e compresse, farmaci, vitamine e prodotti di erboristeria, integratori alimentari e prodotti repellenti per insetti, cerotti, i rimedi della pelle, lozioni anti caduta per capelli, preservativi, test di gravidanza, altri prodotti farmaceutici, lenti a contatto, apparecchi acustici.

■ **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

■ **Bevande Alcoliche e 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 e 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

■ 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, foto-processori, 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

■ Non Profit/Sociale e CSR

Anti-fumo, anti-droga, anti guida in stato d'ebbrezza, sicurezza stradale, salute, igiene, presa di coscienza su Aids, dipendenza da gioco d'azzardo. Messaggi politici e religiosi, sindacati, associazioni, consapevolezza ambientale; reclutamento forze governative, istruzione pubblica, razziale, etnica e presa di coscienza della disabilità e uguaglianza fra i sessi. Beneficenza, fondi, volontari, sangue e donazione di organi

■ Servizi di Interesse Pubblico

Pagine Gialle, directory, servizi postali, società di energia elettrica, gas, energia e acqua, 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 e Trasporti/Intrattenimento e Tempo Libero

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. 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 attrezzature utilizzate all'aperto, 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)