**BANDO**

**ANNUAL DELLA CREATIVITA’/NC AWARDS 2013**

**ANNUAL DELLA CREATIVITA’**

Un anno di Campagne 2012

**NC AWARDS**

La migliore creatività della nuova comunicazione

**SETTIMA EDIZIONE**

**L’INIZIATIVA**

Dopo il grande successo dell’edizione 2012, con **140** campagne in gara iscritte da **60** tra Agenzie, Centri Media, Case di Produzione, Aziende e Concessionarie, quest’anno torna l’iniziativa congiunta **Annual della Creatività/NC Awards**, la prima rassegna creativa e il primo premio in Italia dedicati alla comunicazione integrata e olistica.

Obiettivo di entrambe le iniziative è infatti presentare e stimolare lo sviluppo qualitativo dell’industria della comunicazione nelle sue espressioni più originali, innovative e multidisciplinari.

La **partecipazione** agli NC Awards è **subordinata all’iscrizione** delle campagne all’**Annual della Creatività,** checostituisce 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 2012.

L’Annual sarà stampato e distribuito in **10.000 copie** a fine **Febbraio 2013**.

**Giuria e Modalità di assegnazione dei Premi**

La **Giuria** è composta da circa 30 manager di azienda, responsabili pubblicità e comunicazione e dai rappresentanti delle associazioni più autorevoli del settore. Nel corso di una prima fase di votazione online valuterà i progetti iscritti distribuiti in cinque diverse sezioni (o aree):

**Area Comunicazione Olistica** (considera le campagne che hanno uno svolgimento integrato sui diversi media e canali, siano essi tradizionali, digitali o innovativi)

**Area Tradizionale** (considera i media classici, la brand identity, il packaging e il design);

**Area Interattiva/digitale** (web, digital, direct marketing, eventi, promozioni, ecc.);

**Area Media Innovativi** (guerrilla, ambient media, product placement, viral marketing, mobile, brand content/entertainment, ecc.)

**Area Concept Design** (progetti retail, office, hotel)

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

**CATEGORIE MERCEOLOGICHE:**

* Alimentari/Dolciumi e Merendine
* Bevande (alcoliche/analcoliche)
* Casa (arredamenti/accessori)
* Bagno/pulizia casa/prodotti farmaceutici/cosmesi
* Abbigliamento e accessori
* Auto e altri veicoli
* Distribuzione e Ristorazione
* Apparecchi elettronici e audio/video
* Viaggi e trasporti/intrattenimento e tempo libero
* Banche e assicurazioni
* Servizi di interesse pubblico (Telecomunicazioni, Servizi internet, Tv via Satellite, Servizi Postali, Elettricità, Gas, ecc...)
* Editoria e media
* Non profit/sociale e CSR (Bilancio sociale ed ambientale, Cause-Related Marketing, CRM Customer Relationship Management, Comunicazione interna, Promozioni e Sponsorizzazioni non profit, Eventi non profit, Siti Internet non profit, Pubblicità e Direct Marketing non profit, ecc..)
* Varie

Tutte le campagne che avranno superato la fase di verifica di completezza dei materiali caricati sul sito **www.ncawards.it**, saranno valutate dalla **Giuria del Premio.**

**I materiali relativi alle campagne iscritte dovranno essere inviati entro e non oltre il 31 GENNAIO 2013.**

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

Nella sessione di giuria online, verranno decretati i vincitori delle diverse categorie appartenenti all’area tradizionale, interattiva/digitale, media innovativi e concept design.

Contestualmente, i giurati selezioneranno le **‘campagne olistiche’,** che entreranno in una shortlist e che verranno poi votate 'ex novo' in seduta plenaria.

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

**PARTECIPAZIONE E TIPOLOGIE**

**Il concorso è aperto alle aziende, agenzie, centri media, case di produzione e concessionarie che abbiano realizzato campagne/progetti nel periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2012.**

**I PREMI: GLI NC AWARDS, AREA PER AREA**

# AREA COMUNICAZIONE OLISTICA

# In quest’area concorrono le campagne che hanno avuto uno svolgimento integrato sui diversi media e canali, siano essi tradizionali, digitali o innovativi. Per concorrere in questa categoria le campagne dovranno quindi essere iscritte in almeno due aree tra quelle che animano il concorso: Tradizionale; Interattiva/Digitale; Media Innovativi e Concept Design.

# Alla campagna che avrà ottenuto il punteggio più alto fra quelle iscritte nell’Area Comunicazione Olistica, verrà assegnato il premio BEST HOLISTIC CAMPAIGN.

Ogni campagna verrà giudicata secondo **quattro criteri di eccellenza** **qualitativa**:

**Best Insight** (idea creativa);

**Best Media Strategy** (approccio multimedia);

**Best Execution** (qualità della realizzazione);

**Best Consumer Engagement** (coinvolgimento del target).

IMPORTANTE: Le campagne che supereranno la selezione iniziale ed entreranno, quindi, nella short list dell’Area Comunicazione Olistica, potranno essere presentate alla giuria, riunita in sessione plenaria, direttamente da un esponente della società che ha iscritto il progetto: direttori creativi, planner, responsabili di agenzia, ecc.

I dettagli circa le modalità di presentazione verranno comunicate per tempo e contestualmente all’uscita della shortlist.

# AREA TRADIZIONALE:

### Migliore Campagna Televisiva/Cinema

Migliore Campagna Stampa (Quotidiana/Periodica)

Migliore Campagna Radio

Migliore Campagna Esterna (Out of home)

Migliore Brand Identity

Migliore Packaging & Design

Migliore Sponsorizzazione

* AREA INTERATTIVA/DIGITALE:

Migliore Campagna online (progetto di comunicazione online come banner,

 sponsorizzazioni, bottoni, interstitial, ecc..e/o siti creati

 ad hoc per comunicare una particolare iniziativa)

Migliore Comunicazione Corporate Online

Migliore Progetto Direct/Marketing Relazionale

Migliore Progetto di Promozione

Migliore Campagna Relazioni Pubbliche

Miglior Evento

# AREA MEDIA INNOVATIVI

Migliore Ambient Media

Migliore Comunicazione sul Punto vendita

Migliore Guerrilla Marketing

### Migliore Product Placement

Migliore Viral/Mobile Marketing

Migliore Brand Content/Entertainment

# AREA CONCEPT DESIGN

Migliore Progetto Retail

Migliore Progetto Office

Migliore Progetto Hotel

1. Le società che iscrivono i progetti all’Annual possono integrare la presentazione con informazioni aggiuntive, ossia iniziative particolari di comunicazione, per fare emergere il valore integrato della campagna stessa.

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

**PREMI SPECIALI**

**PREMIO SPECIALE MIGLIOR CAMPAGNA NON PROFIT/SOCIALE/CSR**

Premio assegnato alla miglior campagna dedicata al sociale o con finalità Non Profit (Raccolte fondi, Campagne di interesse pubblico ecc, ecc..) e alla miglior campagna/iniziativa per comunicare la responsabilità sociale dell’impresa (Bilancio sociale ed ambientale, Cause-Related Marketing, CRM Customer Relationship Management, Comunicazione interna, Promozioni e Sponsorizzazioni, Eventi, Siti Internet, Pubblicità e Direct Marketing ecc, ecc..).

### BEST HOLISTIC AGENCY

Premio assegnato all’agenzia che ha ottenuto il migliore punteggio con le campagne vincitrici nelle diverse categorie merceologiche o eccellenze qualitative, e iscritte nell’Area Comunicazione Olistica.

### BEST HOLISTIC COMPANY

Premio assegnato all’azienda che ha ottenuto il migliore punteggio con le campagne vincitrici nelle diverse categorie merceologiche o eccellenze qualitative, e iscritte nell’Area Comunicazione Olistica.

# BEST MEDIA AGENCY

Premio assegnato al centro media che ha saputo realizzare le pianificazioni più innovative in una visione olistica della comunicazione.

# BEST PRODUCTION COMPANY

Premio assegnato alla casa di produzione che ha realizzato gli spot ritenuti più efficaci dal punto di vista creativo e produttivo.

**PREMIO SPECIALE ‘CREATIVO DELL’ANNO’**

Premio assegnato, in accordo con la giuria, al direttore creativo il cui impegno ha contribuito in maniera determinante al successo delle campagne in gara.

**PREMI SPECIALI DELL’EDITORE**

### PREMIO SPECIALE 'MANAGER DELL'ANNO'

Premio assegnato, in accordo con la giuria, al manager di agenzia o di azienda che si è distinto per meriti particolari nel corso del 2012.

**PREMIO SPECIALE ‘MEDIA PERSON OF THE YEAR’**

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

**PREMIO SPECIALE ‘AMBASCIATORE DELLA COMUNICAZIONE 2012’**

Premio assegnato, in accordo con la giuria, alla personalità che meglio ha saputo promuovere il valore culturale ed economico della comunicazione presso l’opinione pubblica e le Istituzioni.

PREMIO AL MIGLIOR EFFETTO SPECIALE

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

**PREMIO SPECIALE - AGENZIA DELL’ANNO 'DAVIDE CONTRO GOLIA'**

Premio assegnato, in accordo con la giuria, all’agenzia indipendente che nel 2012 ha espresso la migliore performance nel mercato della comunicazione in termini di dinamismo, capacità di interpretare i cambiamenti in atto, e new business.

PREMIO SPECIALE ‘MEZZO DELL'ANNO*'*

Assegnato, in accordo con la giuria, al mezzo pubblicitario che si è particolarmente distinto nel corso del 2012 per qualità ed efficacia.

PREMIO SPECIALE ‘MEZZO EMERGENTE*'*

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