



Col Patrocinio di:



ANNUAL DELLA CREATIVITÀ

Un anno di Campagne 2015

NC AWARDS -10° EDIZIONE

La migliore creatività della nuova comunicazione

BANDO

ANNUAL DELLA CREATIVITÀ / NC AWARDS 2016

L'INIZIATIVA



Dopo il grande successo dell'edizione 2015, con **148** campagne in gara iscritte da **56** 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 italiano dedicato alla comunicazione integrata e olistica made in Italy.

Obiettivo di entrambe le iniziative è presentare e stimolare lo sviluppo qualitativo dell'industria della comunicazione nelle sue espressioni più originali, innovative e multidisciplinari. L' Annual della Creatività sarà stampato e distribuito in 30.000 copie a Marzo 2016.

REQUISITI DI AMMISSIONE

La **partecipazione** agli NC Awards, **giunti quest'anno alla decima edizione** 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 2015.

Il concorso è aperto alle aziende, 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 2015.

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.

E' necessario registrarsi sul sito <http://giuria.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 2016**, **termine ultimo anche dell'invio dei materiali a supporto dei progetti iscritti.**

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;
- 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.

GIURIA E AREE 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 **cinque diverse aree** che animano il concorso:

- **AREA COMUNICAZIONE OLISTICA**
- **AREA TRADIZIONALE**
- **AREA INTERATTIVA/DIGITALE**
- **AREA MEDIA INNOVATIVI**
- **AREA CONCEPT DESIGN**

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

CATEGORIE MERCEOLOGICHE ²

- 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://giuria.ncawards.it/>, saranno valutate dalla **Giuria del Premio**.

²Vedi ALLEGATO B per ulteriori specifiche sulle categorie merceologiche.

FASE 1 - VOTAZIONE ON LINE

Nel corso della prima fase di votazione la giuria valuterà online i progetti iscritti distribuiti nelle **cinque diverse aree** previste dal bando.

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

Contestualmente, i giurati selezioneranno le campagne finaliste dell'AREA COMUNICAZIONE OLISTICA, che entreranno in una shortlist per essere poi votate *ex novo* in seduta plenaria.

FASE 2 – SEDUTA PLENARIA DI GIURIA E LIVE PRESENTATION

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

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.**

GLI NC AWARDS: PREMI AREA PER AREA E MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE

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 tipologie appartenenti ad almeno due diverse 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, idealmente, 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)

Le società che iscrivono i progetti all'Annual possono integrare la presentazione 'live' alla giuria con informazioni aggiuntive, per fare emergere il valore integrato della campagna stessa.

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

Attenzione! L'iscrizione di una campagna nell' area comunicazione olistica esclude la partecipazione nelle singole tipologie dove, invece, è possibile partecipare pagando un fee aggiuntivo come da listino.

AREA TRADIZIONALE

Tipologie:

- Migliore Brand Identity
- Migliore Campagna Esterna (Out of home)
- Migliore Campagna Radio
- Migliore Campagna Stampa (Quotidiana/Periodica)
- Migliore Campagna Televisiva/Cinema
- Migliore Packaging & Design
- Migliore Sponsorizzazione

AREA INTERATTIVA/DIGITALE

Tipologie:

- Migliore Campagna di Comunicazione online (siti corporate e micrositi creati ad hoc per comunicare una particolare iniziativa)
- Migliore Campagna advertising online (banner, sponsorizzazioni, bottoni, interstitial, ecc.)
- Migliore Campagna Relazioni Pubbliche
- Miglior Evento
- Migliore Progetto di Promozione
- Miglior Comunicazione sui Social Media
- Migliore Progetto Direct/Marketing Relazionale

AREA MEDIA INNOVATIVI

Tipologie:

- Migliore Ambient Media (campagne mostrate su video diversi da tv, cinema o internet. Ad esempio schermi digital outdoor, film mostrati durante una conferenza o un evento sportivo, ecc.)
- Migliore Comunicazione sul Punto vendita/Shopper Marketing
- Migliore Guerrilla Marketing
- Migliore Viral/Mobile Marketing

AREA CONCEPT DESIGN

Tipologie:

- Migliore Progetto Hotel
- Migliore Progetto Office
- Migliore Progetto Retail

Ogni campagna iscritta in ciascuna delle tipologie delle aree Tradizionale, Interattiva/Digitale, Media Innovativi e Concept Design verrà valutata esprimendo un solo voto per la singola tipologia scelta.

PREMI SPECIALI

Non è possibile iscriversi ai premi speciali, in quanto assegnati in base alla sommatoria dei risultati ottenuti dai piazzamenti degli eventi iscritti nelle tipologie del bando.

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.

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 DELL'EDITORE

I premi dell'editore sono riconoscimenti assegnati dall'editore in accordo con la giuria a persone e strutture che si sono particolarmente distinte nel corso degli ultimi dodici mesi.

MANAGER DELL'ANNO

Premio assegnato al manager di agenzia o di azienda che si è distinto per meriti particolari nel corso del 2015.

MEDIA PERSON OF THE YEAR

In uno scenario caratterizzato da una evoluzione per molti aspetti travolgente, il premio Speciale 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.

MIGLIOR EFFETTO SPECIALE

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

AGENZIA INDIPENDENTE

Premio assegnato all'agenzia indipendente che nel 2015 ha espresso la migliore performance nel mercato della comunicazione in termini di dinamismo, capacità di interpretare i cambiamenti in atto, e new business.

MEZZO DELL'ANNO

Assegnato al mezzo pubblicitario che si è particolarmente distinto nel corso del 2015 per qualità ed efficacia.

MEZZO EMERGENTE

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

QUOTA DI PARTECIPAZIONE ANNUAL DELLA CREATIVITÀ / NC AWARDS 2016

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

Ogni scheda dell'Annual conterrà la presentazione della campagna.

1 campagna / 1 pagina / partecipazione al concorso NC Awards

Costo netto **1.000,00 € + IVA / pagina**

2 campagne / 2 pagine / partecipazione al concorso NC Awards

Costo netto **1.800,00 €+ IVA** Sconto 10%

3 campagne / 3 pagine / partecipazione al concorso NC Awards

Costo netto **2.600,00 €+ IVA** Sconto 14%

Per ogni campagna / pagina aggiuntiva oltre la terza / partecipazione al concorso NC Awards

Costo netto **700,00 € + IVA / pagina**

1 tipologia aggiuntiva /1 pagina aggiuntiva / partecipazione al concorso NC Awards

Costo netto **800,00 € + IVA**

Per ogni tipologia aggiuntiva / pagina aggiuntiva oltre la seconda / partecipazione al concorso NC Awards

Costo netto **700,00 € + IVA / pagina**

1 tipologia aggiuntiva / senza pagina aggiuntiva / partecipazione al concorso NC Awards

Costo netto **300,00 €+ IVA**

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

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 2016

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. Per iscrivere al meglio il tuo progetto e rendere più semplice e immediato il processo di valutazione, ti basterà seguire alcune semplici regole:

- Leggi attentamente il bando di concorso ed effettua la registrazione alla piattaforma online
- Ogni struttura, a seconda delle tipologie in cui iscriverà la propria campagna, dovrà inviare il materiale ad essa relativo, caricandolo sul sito <http://giuria.ncawards.it>
- Ogni singola tipologia dovrà presentare tutto il materiale ad essa relativo.
Esempio: La campagna "X + Y + Z", iscritta nelle tipologie "Campagna televisiva", "Campagna Stampa" e "Campagna Online", dovrà avere il materiale richiesto per ciascuna delle 3 tipologie.
- Tutti i documenti devono essere inviati rispettando i tempi e le modalità specificati nel bando di Concorso
- Una buona presentazione grafica della tua scheda può costituire un plus nella valutazione: non scrivere tutto in maiuscolo; rispetta il maiuscolo e minuscolo secondo le regole della sintassi italiana
- Segui attentamente tutti gli step dell'iscrizione e assicurati di aver inserito tutto il materiale richiesto e nel formato richiesto
- Compila tutti i campi contrassegnati dall'asterisco. Questi sono campi obbligatori; la non compilazione degli stessi ti impedirà di passare alla fase successiva del form di iscrizione
- I campi senza asterisco, invece, sono campi facoltativi, ma non per questo sono da considerare di poco valore ai fini dell'iscrizione
- Se presenti un filmato di durata superiore a 3 minuti, questo verrà tagliato dalla segreteria organizzativa al limite indicato, a probabile discapito della comprensibilità dello stesso

Materiale per scheda progetto sull'Annual della Creatività (Obbligatorio)

Ogni progetto ha diritto a una pagina sull'Annual della Creatività. Nel caso in cui si desiderino più pagine, bisognerà procedere all'acquisto secondo listino presente sul Bando 2016.

Nella pagina saranno presenti il logo della struttura che iscrive, il logo del cliente, le immagini del progetto, il testo caricato in fase di iscrizione,

Si dovranno caricare:

- N.1 Logo della società organizzatrice in alta definizione (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)
- N.1 Logo della società cliente in alta definizione (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)
- 3 immagini della campagna dei seguenti formati: **Jpeg** - (Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm), **pdf**, **png**, **tiff**

Materiale per sezione “I protagonisti” sull’Annual della Creatività

All’interno dell’Annual della Creatività 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:

- Breve risposta per intervista
- N. 1 Immagine della/e persona/e che presenta i lavori sull’Annual della Creatività (Direttore Creativo, Amministratore Delegato, ecc.)

AREA COMUNICAZIONE OLISTICA

MATERIALE OBBLIGATORIO

- **N.1 Video Riassuntivo della Campagna olistica iscritta.**
Attenzione: caricando questo video non è necessario procedere al caricamento dei materiali relativi alle diverse tipologie a cui la campagna è iscritta (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, **durata massima 3 MINUTI**).

AREA TRADIZIONALE

MIGLIORE BRAND IDENTITY

- N.1 Video esplicativo della tipologia (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45”)
Oppure
- Almeno N.3 Immagini/Logo (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE CAMPAGNA ESTERNA (OUT OF HOME)

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45”)
Oppure
- N.6 Immagini/esecutivi (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE CAMPAGNA RADIO

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45”) e **N.1 File** di testo con lo script del comunicato (File di testo txt)
Oppure
- **N.4 File audio** (Mp3 encoding 44100 mhz, 16 bit depth, 128 betrate. ATTENZIONE: NO encoding in VARIABLE BIT RATE – VBR) e **N.1 File** di testo con lo script del comunicato (File di testo txt)

MIGLIORE CAMPAGNA STAMPA (QUOTIDIANA/PERIODICA)

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")

Oppure

- Massimo N.15 Immagini/esecutivo (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE CAMPAGNA TELEVISIVA CINEMA

- N.1 Video esplicativo della tipologia (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")

Oppure

- **N.2** Immagini Spot TV (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm) e **N.5** Video Spot TV (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB)

MIGLIORE PACKAGING & DESIGN

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")

Oppure

- Almeno N.5 Immagini/Logo (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE SPONSORIZZAZIONE

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")

Oppure

- Almeno N.5 Immagini significative che ritraggono le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

ATTENZIONE: In alternativa ai singoli video da 45 secondi o le immagini, è possibile inviare un **VIDEO RIASSUNTIVO DI AREA** che comprenda tutte le categorie (relative alla suddetta area) in cui è stata iscritta la campagna

Specifiche video: (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB **durata massima 3 MINUTI**).

AREA INTERATTIVA/DIGITALE

MIGLIORE CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ONLINE

- N.1 Video esplicativo della tipologia con eventuale simulazione di navigazione e speakeraggio max 45" (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB)

Oppure

- N.3 Immagini/Logo (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)
- N.3 Immagini significative della campagna (banner, siti, ecc) (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm). In caso di siti animati in Flash o di banner rich media, è necessario fornire direttamente uno o più screenshot a vostra scelta
- N.1 File di testo con l'elenco dei siti che hanno ospitato il banner (File testo txt)
- N.3 File banner (File flash swf)

MIGLIORE ADVERTISING ON LINE

- N.1 Video esplicativo della tipologia con eventuale simulazione di navigazione e speakeraggio max 45" (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB)

Oppure

- N.3 Immagini/Logo (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)
- N.5 Immagini significative della campagna (banner, siti, ecc) (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm). In caso di siti animati in Flash o di banner rich media, è necessario fornire direttamente uno o più screenshot a vostra scelta
- N.1 File di testo con l'elenco dei siti che hanno ospitato il banner (File testo txt)
- N.3 File banner (File flash swf)

MIGLIORE CAMPAGNA RELAZIONI PUBBLICHE

- N.1 Video esplicativo della tipologia (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.5 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIOR EVENTO

- N.1 Video esplicativo della tipologia (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.5 Immagini descrittive dell'evento (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE PROGETTO DI PROMOZIONE

- N.1 Video esplicativo della tipologia (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.5 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIOR COMUNICAZIONE SUI SOCIAL MEDIA

- N.1 Video esplicativo della tipologia (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.5 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE PROGETTO DIRECT/MARKETING RELAZIONALE

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 30")
- Oppure**
- N.5 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

ATTENZIONE: In alternativa ai singoli video da 45 secondi o le immagini, è possibile inviare un **VIDEO RIASSUNTIVO DI AREA** che comprenda tutte le categorie (relative alla suddetta area) in cui è stata iscritta la campagna
Specifiche video: (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB **durata massima 3 MINUTI**).

AREA MEDIA INNOVATIVI

MIGLIORE AMBIENT MEDIA

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.5 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE COMUNICAZIONE SUL PUNTO VENDITA/SHOPPER MARKETING

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.6 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE GUERRILLA MARKETING

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.5 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE VIRAL/MOBILE MARKETING

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.5 Immagini significative della campagna (banner, siti, ecc) (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm). In caso di siti animati in Flash o di banner rich media, è necessario fornire direttamente uno o più screenshot a vostra scelta
 - N.1 File di testo con l'elenco dei siti che hanno ospitato il banner (File testo txt)
 - N.3 File banner (File flash swf)

ATTENZIONE: In alternativa ai singoli video da 45 secondi o le immagini, è possibile inviare un **VIDEO RIASSUNTIVO DI AREA** che comprenda tutte le categorie (relative alla suddetta area) in cui è stata iscritta la campagna
Specifiche video: (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB **durata massima 3 MINUTI**).

AREA CONCEPT DESIGN

MIGLIORE PROGETTO HOTEL

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.6 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE PROGETTO OFFICE

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.6 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

MIGLIORE PROGETTO RETAIL

- N.1 Video esplicativo della tipologia (.mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB, max 45")
- Oppure**
- N.6 Immagini significative che ritraggano le attività realizzate (Jpeg - Alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

ATTENZIONE: In alternativa ai singoli video da 45 secondi o le immagini, è possibile inviare un **VIDEO RIASSUNTIVO DI AREA** che comprenda tutte le categorie (relative alla suddetta area) in cui è stata iscritta la campagna
Specifiche video: (mp4, L1920px H1080px, Full HD, max 200MB **durata massima 3 MINUTI**).

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)