



Il Brand Loyalty Festival è una iniziativa di



## L'INIZIATIVA

*ADC Group lancia la seconda edizione del Brand Loyalty Awards, il premio dedicato ai 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.*

### BRAND LOYALTY AWARDS 2019 - BANDO DI CONCORSO - II Edizione

Nel 2019, il Premio viene inglobato all'interno della prima edizione del **Brand Loyalty Festival** un format nuovo, in linea con l'evoluzione del mercato della comunicazione, che intende proporsi come una piattaforma di business per consentire l'incontro tra la domanda e l'offerta.

Il Festival si svolgerà in un'unica giornata dove sarà possibile:

- incontrare i maggiori professionisti del settore (aziende, agenzie, partner, creativi)
- incrementare il proprio business
- coltivare occasioni di contatto
- fare formazione attraverso le live presentation e i contenuti dedicati
- celebrare le migliori strategie promozionali e di brand loyalty

L'iniziativa di ADC Group è legata al **Quaderno del Brand Loyalty Marketing**. La pubblicazione è dedicata al Festival e offre un'ampia panoramica del settore, con i suoi protagonisti. Aspetto non meno importante, raccoglie tutti i progetti iscritti ai Brand Loyalty Awards.

Il Quaderno sarà distribuito in occasione del Brand Loyalty Festival, previsto a Milano nel mese di Aprile 2019.



### BRAND LOYALTY AWARDS - DATE CHIAVE



<b>PERIODO DI ELEGGIBILITÀ</b>	1 GENNAIO 2018 - 31 DICEMBRE 2018	
<b>ISCRIZIONI E GIURIA</b>	14 GENNAIO 2019	APERTURA ISCRIZIONI
	28 FEBBRAIO 2019	CHIUSURA ISCRIZIONI
	INIZI APRILE 2019	VOTAZIONE ONLINE
<b>LOYALTY</b>	METÀ APRILE 2019	COMUNICAZIONE SHORTLIST
	APRILE 2019	MATTINA: LIVE PRESENTATION DEI PROGETTI IN SHORTLIST
		POMERIGGIO: WORKSHOP E TAVOLE ROTONDE
		SERA: CERIMONIA DI PREMIAZIONE



## ISCRIZIONE E PREMI IN PALIO

È possibile candidare la propria campagna nelle diverse tipologie che animano il concorso.

## GRAND PRIX

Verrà selezionato tra le campagne in concorso che avranno ricevuto il voto più alto nelle diverse tipologie in seguito alla valutazione da parte della giuria riunita in sessione plenaria. Verrà assegnato un podio (1°, 2° e 3° posto assoluto).

## PREMI PER TIPOLOGIA

A ciascuna Tipologia verrà assegnato un podio (1°, 2° e 3° posto) sulla base dei seguenti criteri di valutazione:

- **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

I progetti possono essere iscritti in una o più delle sette diverse Tipologie che animano il concorso:

- MIGLIORE PROGETTO DI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
- MIGLIORE PROGETTO DI GAMIFICATION
- MIGLIORE PROGETTO MOBILE
- MIGLIORE PROGETTO DI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
- MIGLIORE CONCORSO
- MIGLIORE PROGETTO B2B
- ALTRE TIPOLOGIE (Short Collection, Long Collection, Social Media contest, Member get Member, ecc.)

Oltre alla qualità della specifica tipologia la valutazione terrà conto del valore che il progetto iscritto arreca al consumatore, dei vantaggi per il brand, della creatività, dell'innovazione e del coinvolgimento emotivo che le campagne hanno saputo sviluppare.

## CRITERIA AWARDS - ECCELLENZE QUALITATIVE

Premi assegnati al miglior progetto per ciascuno dei seguenti criteri di valutazione (non verrà assegnato un 2° o un 3° classificato):

- **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)

## PREMI SPECIALI

I Premi Speciali vengono assegnati sulla base del punteggio complessivo accumulato dall'azienda o dall'agenzia grazie ai piazzamenti (1°, 2°, 3°) ottenuti dai propri progetti. Non è pertanto possibile iscriversi ai Premi Speciali.

### BEST BRAND LOYALTY AGENCY

Premio assegnato all'agenzia che ha ottenuto il migliore punteggio con i progetti vincitori. Il punteggio sarà calcolato tenendo conto solo del piazzamento più alto ottenuto da ciascun progetto iscritto dall'agenzia.

Il punteggio viene assegnato solo all'agenzia che ha acquistato la pagina del Quaderno del Brand Loyalty Marketing.

### BEST BRAND LOYALTY COMPANY

Premio assegnato all'azienda che ha ottenuto il migliore punteggio con i progetti vincitori. Il punteggio sarà calcolato tenendo conto solo del piazzamento più alto ottenuto da ciascun progetto.

## ASSEGNAZIONE PUNTEGGI

GRAND PRIX	
1° PREMIO	10 PUNTI
2° PREMIO	5 PUNTI
3° PREMIO	3 PUNTI

TIPOLOGIE	
1° PREMIO	5 PUNTI
2° PREMIO	3 PUNTI
3° PREMIO	2 PUNTI

ECCELLENZE QUALITATIVE	
1° PREMIO	3 PUNTI

## PREMI DELL'EDITORE

I premi dell'editore sono riconosciuti assegnati dall'editore in accordo con la giuria a persone e strutture che si sono particolarmente distinte nel corso degli ultimi dodici mesi. È possibile proporre candidature inviando una mail a [ilaria.scapolo@adcgroup.it](mailto:ilaria.scapolo@adcgroup.it).

### • MANAGER DELL'ANNO

Assegnato al manager di azienda o di azienda che, nel corso del 2018, si è distinto per meriti particolari nel settore del Loyalty.

### • AGENZIA EMERGENTE

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

### • INNOVAZIONE

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

## 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 20 manager delle più prestigiose aziende investitrici in comunicazione e da rappresentanti delle associazioni più autorevoli di settore.

### INIZI DI APRILE

I giurati accederanno alla piattaforma online dedicata, dove potranno visionare e valutare le campagne iscritte. Ogni giurato esprimerà un voto da 1 a 9 per ciascuno dei 6 criteri di valutazione stabiliti.

### SHORTLIST

### SECONDA METÀ DI APRILE

La giuria voterà ex novo le campagne in shortlist, che verranno presentate dalle strutture che le hanno iscritte.

Ogni presentazione durerà 10 minuti:

- 3 minuti di proiezione video
- 3 minuti a disposizione della struttura iscrivente per presentare il progetto
- 3 minuti a disposizione della giuria per domande
- 1 minuto per la votazione

### A SEGUITO DELLA SESSIONE PUBBLICA

La giuria riunita in sessione plenaria a porte chiuse visionerà i finalisti e decreterà i vincitori.

Si sottolinea che, anche 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. E' però possibile presentare ai giurati materiali a supporto quali: rassegna stampa (in formato cartaceo), dati di mercato utili per la valutazione complessiva (in formato cartaceo).

La giuria si riserva il diritto di spostare i progetti da una tipologia o categoria merceologica a un'altra o di raggruppare, cambiare o aggiungere nuove tipologie/categorie merceologiche. 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.**



## MODALITÀ DI ISCRIZIONE E MATERIALI RICHIESTI

Per partecipare è necessario registrarsi sul sito [www.brandloyaltyfestival.it](http://www.brandloyaltyfestival.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.

### MATERIALE PER SCHEDA PROGETTO SUL QUADERNO BRAND LOYALTY MARKETING (OBBLIGATORIO)

Ogni progetto iscritto ha diritto a un impaginato sul Quaderno (composto da 2 pagine).

Per ogni impaginato si dovranno caricare:

- **Breve testo di descrizione della campagna** (max 600 battute spazi inclusi)

- **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)

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

- **Minimo 3 immagini/soggetti della campagna in jpeg/pdf/tiff** (alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

Oltre alla presentazione di tutti i progetti in gara, il Quaderno del Brand Loyalty Marketing sarà arricchito da due ulteriori sezioni:

**1. I protagonisti:** ogni operatore potrà avere a disposizione due pagine per presentare in modo immediato e approfondito i propri punti di forza, la struttura, i tool proprietari e i dipar-

timenti, il profilo del management, i clienti più rappresentativi e, in breve, una case history particolarmente significativa. Si può aderire a questa sezione contattando il proprio account manager o scrivendo a [commerciale@adcgroup.it](mailto:commerciale@adcgroup.it)

**2. La Geografia del mercato:** con i contenuti più importanti e aggiornati per meglio interpretare lo scenario di riferimento grazie ai dati sul mercato, al contributo delle ricerche più accreditate, alle analisi degli osservatori più qualificati, e alle interviste ai protagonisti.

### MATERIALE PER PARTECIPAZIONE AL CONCORSO BRAND LOYALTY AWARDS (OBBLIGATORIO)

Per la partecipazione al concorso è necessario inviare obbligatoriamente, ed entro i termini prestabiliti, quanto segue:

- Form di iscrizione, debitamente compilato in ogni sua parte
- Video riassuntivo/rappresentativo

della campagna iscritta, formato MP4, L1920px, H1080px (max 100MB) - Durata massima: 3 minuti (tassativo)

- Video rappresentativo della campagna iscritta, da utilizzare in caso di vittoria durante la cerimonia di premiazione. Formato MP4, L1920px, H1080px (max 100MB) - Durata massima: 30 secondi (tassativo)

Nel caso in cui i video risultassero più lunghi di quanto richiesto, verranno tagliati dalla segreteria organizzativa allo scadere del minutaggio richiesto. 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 / 30 secondi. 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.

### TERMINI DI ISCRIZIONE

L'iscrizione della campagna dovrà essere effettuata entro e non oltre il **28 FEBBRAIO 2019**, 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

#### MATERIALI PER SCHEDA PROGETTO SUL QUADERNO DEL BRAND LOYALTY MARKETING

Per ogni impaginato dedicato alla campagna iscritta si dovranno caricare:

- Testo descrittivo (max 600 battute)
- N.1 Logo società organizzatrice
- N.1 Logo società cliente
- Minimo 3 immagini

#### MATERIALE PER PARTECIPAZIONE AI BRAND LOYALTY AWARDS

- Scheda descrittiva
- Video riassuntivo - Max 3 minuti, mp4, 100 MB
- Video riassuntivo breve (da utilizzare in caso di vittoria durante la cerimonia di premiazione) - Max 30 secondi, mp4, 100 MB



## LISTINO PREZZI

Con l'iscrizione al Quaderno del Brand Loyalty Marketing, la partecipazione ai Brand Loyalty Awards è automatica. Ogni scheda (1 impaginato = 2 pagine), conterrà la presentazione del progetto.

1 progetto / 1 impaginato / partecipazione al concorso Brand Loyalty Awards  
**Costo netto 1.100,00 € + IVA / impaginato**

2 progetti / 2 impaginati / partecipazione al concorso Brand Loyalty Awards  
**Costo netto 2.000,00 € + IVA**

3 progetti / 3 impaginati / partecipazione al concorso Brand Loyalty Awards  
**Costo netto 2.900,00 € + IVA**

Per ogni progetto / impaginato aggiuntivo / oltre il terzo / partecipazione al concorso Brand Loyalty Awards  
**Costo netto 800,00 € + IVA / impaginato**

1 tipologia aggiuntiva / 1 impaginato aggiuntivo / partecipazione al concorso Brand Loyalty Awards  
**Costo netto 900,00 € + IVA**

Per ogni tipologia aggiuntiva / impaginato aggiuntivo oltre il terzo / partecipazione al concorso Brand Loyalty Awards  
**Costo netto 800,00 € + IVA / pagina**

1 tipologia aggiuntiva / senza impaginato aggiuntivo / partecipazione al concorso Brand Loyalty Awards  
**Costo netto 350,00 € + IVA cad**

Il pagamento deve essere effettuato, previo invio di apposita copia commissione da parte dell'account manager di riferimento, entro **il 28 FEBBRAIO 2019**.

### DATI BANCARI

**Intestatario:** ADC Group Srl

**Bank:** Banca Intesa San Paolo

**IBAN:** IT59 P030 6909 4571 0000 0005 772

**BIC:** (Swift) BCITITMM

**Causale:** Quaderno del Brand Loyalty Marketing + numero di campagne iscritte + nome della struttura

**ATTENZIONE!** L'acquisto contestuale della partecipazione alle iniziative NC Awards, BC&E Awards e Brand Loyalty Awards **ENTRO E NON OLTRE IL 28 FEBBRAIO 2019** dà diritto all'applicazione delle tariffe scontate come previsto nella tabella in alto.

### LISTINO COPIE PREMI

1 trofeo (1° posto)	<b>400 € + IVA 22%</b>	1 targa (2° e 3° posto)	<b>150 € + IVA 22%</b>
2 trofei (1° posto)	<b>650 € + IVA 22%</b>	2 targhe (2° e 3° posto)	<b>250 € + IVA 22%</b>
3 trofei (1° posto)	<b>900 € + IVA 22%</b>	3 targhe (2° e 3° posto)	<b>350 € + IVA 22%</b>
Dalla 4° copia (1° posto)	<b>250 € + IVA 22% CAD</b>	Dalla 4° targa (2° e 3° posto)	<b>100 € + IVA 22% CAD</b>

Per informazioni di carattere commerciale contattare:

commerciale@adcgroup.it

Mob: +39 347 3228570

Per informazioni sulle modalità di iscrizione e per assistenza:

**AREA EVENTI ADC GROUP**

**Ilaria Scapolo**

ilaria.scapolo@adcgroup.it

Tel: 02 - 49766312





## ALLEGATO BANDO 2019

### 1 – REQUISITI DI AMMISSIONE E REGOLE PER LA PARTECIPAZIONE

- La partecipazione ai Brand Loyalty Awards è subordinata all'iscrizione delle campagne al Quaderno del Brand Loyalty Marketing. Il concorso vedrà come protagonisti i progetti e le campagne on air in una data compresa tra il 1° gennaio 2018 e il 31 dicembre 2018.
- Il concorso è aperto ad aziende, agenzie, agenzie media, case di produzione, editori e concessionarie con sede in Italia. 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 candi-

data una volta sola ai Brand Loyalty Awards. Le campagne candidate negli anni precedenti saranno automaticamente escluse dalla competizione.

- Tutte le candidature devono essere iscritte e pagate entro i termini decisi dall'organizzazione.
- Successivamente alla scadenza stabilita per il caricamento online dei materiali, non sarà possibile modificare o aggiungere materiali.
- Le campagne con materiali incompleti 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.

- Le campagne vengono giudicate e premiate nella loro completezza in termini di ideazione, esecuzione e pianificazione a prescindere dal ruolo svolto dalla struttura.
- 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.
- Durante la cerimonia di premiazione il trofeo sarà consegnato a chi ha sostenuto i costi di iscrizione della campagna.

### 2 – TRATTAMENTO E PUBBLICAZIONE DEI PROGETTI

Iscrivendo un progetto al Brand Loyalty Awards il candidato acconsente 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.

Dichiara inoltre che la responsabilità per la pubblicazione del Materiale, ancorché accettato e moderato da parte di ADC

### 3 – 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 il presidente 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 il presidente.
- 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.
- I giurati non possono votare i progetti appartenenti allo stesso settore merceologico dell'azienda per cui lavorano.

### 4 – MACRO CATEGORIE MERCEOLOGICHE

#### 1. FOOD RETAIL

Negozi specializzati, supermercati ristoranti e bar, catene di fast food e negozi, caffetterie, negozi di caffè, negozi bio, mini-market (prossimità), supermercati, ipermercati, ecc

#### 2. NON FOOD RETAIL

Family Store e Department Store, minimarket (prossimità), supermercati, ipermercati Grandi magazzini e negozi specializzati, negozi di abbigliamento e calzature, 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 noleggino, ecc.



## Allegato Bando 2019

### **3. E-COMMERCE**

Negozi online e aste, ecc

### **4. LARGO CONSUMO**

Moda, accessori, sport, Casa e accessori, regali, gioielli, Salute e bellezza, Food, Beverage, telefonia, ecc.

### **5. TRASPORTI E VIAGGI**

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, ecc.

### **6. SERVIZI FINANZIARI E ASSICURATIVI**

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, ecc.

### **7. AUTOMOTIVE**

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, olio, aziende di servizi officine, concessionarie auto e concessionarie finanziarie e leasing, ecc.

### **8. TELECOMUNICAZIONI**

Stazioni radio e TV, reti e programmi, fornitori via cavo, TV satellitare e video on-demand, Servizi di telecomunicazioni, gestori telefonici, fornitori di servizi Internet, ecc.

### **9. ALTRO**

Intrattenimento, Non Profit/Sociale e Csr, ecc.