



Art Directors Club Italiano | ADCI awards

L'Art Directors Club Italiano (ADCI) è l'associazione culturale che dal 1985 riunisce i migliori professionisti nel campo della comunicazione pubblicitaria.

L'ADCI seleziona i lavori più significativi della creatività italiana assegnando gli ADCI Awards – Shortlist, Bronzo, Argento e Oro per le varie sezioni, più due Grand Prix, di cui uno dedicato al Non Profit e infine un Best Use Of Youtube.

Tutti i lavori in shortlist e quelli premiati vengono poi pubblicati online sul sito adci.it e sull'Annual cartaceo (se tecnicamente possibile).

Gli ADCI Awards sono un punto di riferimento per la creatività e la qualità nella comunicazione pubblicitaria in Italia e documentano nel tempo l'evoluzione dei linguaggi, degli stili e dell'uso dei mezzi di comunicazione.

Indice

01	Data ultima per l'iscrizione	p. 3
02	Eleggibilità	p. 3
03	Regolamento Giurie ADCI Awards 2016	p. 4
04	Proclamazione e consegna dei premi	p. 5
05	Pubblicazione dei lavori premiati	p. 6
06	Categorie	p. 6
07	Specifiche tecniche per i materiali richiesti all'iscrizione	p. 24
08	Quote di iscrizione	p. 25
09	Trattamento e pubblicazione delle opere iscritte	p. 29
10	FAQ	p. 31

01 | Data ultima per l'iscrizione

Le iscrizioni dei lavori dovranno essere effettuate entro e non oltre domenica 25 settembre 2016, ore 23:59. Il 25 settembre sarà anche l'ultimo giorno utile per il caricamento dei materiali e invio dei materiali fisici,

02 | Eleggibilità

Sono iscrivibili i lavori usciti nel 2015 e mai iscritti agli ADCI Awards nonché i lavori usciti entro il 31 agosto 2016.

Le iscrizioni effettuate entro il 31 luglio 2016 hanno diritto ai prezzi "Early Bird" scontati.

Tutti i lavori iscritti tra il 1° agosto e il 25 settembre 2016 seguiranno il listino aggiornato 2016 riportato di seguito al §08 Quote di iscrizione.

Non è necessario essere socio ADCI per iscrivere i lavori e partecipare agli ADCI Awards.

È necessario invece che il lavoro sia approvato dal committente e pianificato su mezzi coerenti con il target e con gli obiettivi di comunicazione.

ADCI premia e incoraggia l'eccellenza creativa quanto la deontologia professionale e considera pertanto scorretto non solo il plagio, ma anche tutte le pratiche di alterazione che portano a una differenza sostanziale tra il lavoro iscritto agli ADCI Awards e quello effettivamente uscito. A puro titolo di esempio: il rimontaggio di uno spot, l'alterazione di una headline, di un payoff, etc. L'effettiva pianificazione dei lavori, l'approvazione del committente, l'assenza di plagio e la rispondenza tra quanto iscritto e quanto pubblicato potranno essere accertate, da quando si chiudono le iscrizioni e fino alla data di assegnazione dei premi compresa, attraverso la richiesta di giustificativi, fatture o quanto altro sia ritenuto necessario per convalidare la selezione o il premio.

In caso di mancata presentazione del materiale richiesto o di accertamento di irregolarità, i lavori saranno esclusi e le relative quote non saranno restituite.

Un lavoro può essere iscritto a una sola edizione degli ADCI Awards. Qualora risultasse già iscritto in precedenza, il lavoro sarà escluso e la relativa quota non verrà restituita.

03 | Regolamento giurie adci awards 2016

La gestione degli ADCI Awards 2016 è affidata, in coppia, al Presidente dell'ADCI e al Presidente degli ADCI Awards nominato dal Consiglio.

Il Presidente degli ADCI Awards, scelto dal Consiglio Direttivo dell'ADCI, riceverà l'incarico di nominare i Presidenti di Giuria.

Oltre al Presidente di Giuria, ogni giuria è composta da otto giurati. Ogni Presidente di Giuria dovrà comporre la propria Giuria con sei soci ADCI (tassativamente in regola con la quota associativa al 15 settembre 2016), un cliente e un giurato esterno.

Il giurato esterno dovrà essere una persona competente nella categoria, che non sia socio ADCI (per "non socio" si intende che non sia mai stato iscritto al club, altrimenti sarebbe semplicemente un socio ADCI non in regola con il pagamento della quota annuale).

Tra gli otto giurati, non potrà essere presente più di un rappresentante della stessa agenzia o società.

Le Giurie saranno quindi composte da un Presidente di Giuria e da 8 giurati scelti dai rispettivi Presidenti di Giuria; su questi ricadrà la responsabilità della qualità e correttezza del giudizio dei lavori iscritti agli ADCI Awards.

Il Presidente dell'ADCI e il Presidente degli ADCI Awards avranno una funzione d'indirizzo sui principi e sui criteri di giudizio prima, controllo sulla funzionalità delle Giurie durante (in collaborazione con il Consiglio Direttivo ADCI), e di rappresentanza istituzionale poi.

Le Giurie si riservano il diritto di non assegnare shortlist o premi qualora i lavori iscritti non siano ritenuti all'altezza degli alti standard creativi promossi dal Club.

Dal momento della definizione della shortlist degli ADCI Awards 2016 e fino a 2 (due) settimane dopo, è possibile segnalare, in forma riservata, da parte dei soci ADCI e/o da chiunque abbia iscritto uno o più lavori agli ADCI Awards 2016, quei lavori per i quali ci siano dubbi relativi a irregolarità descritte sopra (§02).

È dovere di ogni Presidente di Giuria rendere noto prima, durante o dopo la valutazione dei lavori (e quindi anche ad avvenuta assegnazione dei premi), qualsiasi violazione del regolamento degli ADCI Awards o del Manifesto Deontologico dell'ADCI. Ogni violazione comporterà l'esclusione dei lavori da ogni categoria nella quale sono iscritti (vedi §02 Eleggibilità).

Il Presidente dell'ADCI, il Presidente degli ADCI Awards e i Consiglieri ADCI hanno la possibilità, qualora lo ritenessero necessario, di verificare i lavori segnalati con tutti gli strumenti messi loro a disposizione dalla presente Call For Entries, dal momento della segnalazione ricevuta e fino all'assegnazione dei premi compresa. Hanno inoltre il potere e il dovere di trasferire – a loro insindacabile giudizio ed entro la data d'inizio dei lavori delle Giurie – alle dovute categorie di appartenenza i lavori che fossero stati iscritti in categorie errate. Durante l'attività delle Giurie, i lavori giudicati non devono essere abbinati in modo visibile agli autori o alle agenzie. Le Giurie si riuniscono in modo palese, visionano ed eventualmente discutono il lavoro da esaminare e poi votano. Il Presidente di Giuria è responsabile della regolarità della stessa. Alla conclusione dei lavori di Giuria è possibile sia effettuare il ripescaggio di lavori esclusi, per una discussione e votazione aggiuntiva, sia ridiscutere lavori selezionati. Un lavoro può essere riesaminato una sola volta. In caso di parità di voti, il Presidente di Giuria è chiamato a esprimere il suo voto.

In nessun caso si può votare il lavoro proprio o della propria agenzia. Quando viene discusso un lavoro della propria agenzia oppure di cui si è autori o co-autori, lo si dichiara e ci si astiene dalla votazione. Non solo: ci si deve alzare dal tavolo della Giuria e allontanarsi. Non è possibile illustrare il proprio progetto. Chi vota un proprio lavoro o il lavoro della propria agenzia dovrà essere escluso dalla Giuria e il lavoro venire nuovamente sottoposto a votazione. Se la Giuria non potesse più riunirsi, la decisione verrà demandata al Consiglio Direttivo. La decisione del Consiglio Direttivo è inappellabile e definitiva.

04 | Proclamazione e consegna dei premi

La proclamazione dei risultati e la consegna dei premi ai vincitori avverranno nel corso di un evento che si terrà nel corso dell'anno.

I lavori che si aggiudicano i Grand Prix e i lavori che si aggiudicano l'oro nelle varie categorie, come anche i premi speciali, verranno premiati con un singolo trofeo ADCI, simbolo tangibile di eccellenza assoluta. Oltre al Grand Prix, ogni lavoro che si aggiudica un oro, un argento o un bronzo, riceve anche un diploma. Sarà possibile richiedere dei duplicati sia del diploma sia del trofeo assegnato,

scrivendo a info@adci.it (oggetto: ADCI Awards – richiesta duplicato)

Essendo gli ADCI Awards un premio dedicato all'eccellenza creativa, si inviteranno ad accettare i premi i protagonisti del lavoro creativo, ovvero gli autori degli stessi – i premi verranno inviati in seguito al periodo di produzione degli stessi. Gli autori e le agenzie devono fornire informazioni veritiere. Il numero di persone che salgono sul palco a ritirare il premio può essere limitato per esigenze di tempo e organizzazione. La decisione ultima su chi sale sul palco a ritirare il premio spetta all'ADCI.

In seguito alla consegna dei premi, potranno essere richiesti all'ADCI Servizi S.r.l., a pagamento, duplicati del trofeo e/o dei diplomi ottenuti. I premiati hanno il diritto di usare i premi ricevuti a scopo promozionale, a condizione che i premi stessi e il nome dell'Art Directors Club Italiano vengano correttamente citati.

05 | Pubblicazione dei lavori premiati

Tutti i lavori in shortlist e quelli premiati saranno pubblicati sul sito dell'ADCI (ove tecnicamente e legalmente possibile) e verranno eventualmente pubblicati, a esclusiva discrezione di ADCI Servizi S.r.l., anche in tutte le altre forme e su tutti gli altri mezzi ritenuti idonei alla promozione dell'eccellenza creativa italiana (sempre ove tecnicamente e legalmente possibile).

In tutti i materiali inviati (immagini, testi, video, audio, etc) non dovranno mai, in alcun modo, comparire firme d'agenzia, nomi o riferimenti che possano ricondurre direttamente agli autori. Stesso dicasi per le descrizioni dei lavori che li accompagnano o che vengono fornite sulle schede di iscrizione online. Fanno unica eccezione i progetti di autopromozione.

Le informazioni sulle schede di iscrizione devono essere veritiere, pena l'esclusione da pubblicazione e premi.

06 | Categorie

Le iscrizioni dei lavori alle rispettive categorie (acquisto delle Entry), il caricamento dei materiali digitali e la segnalazione dei relativi credits si possono effettuare esclusivamente online sul sito cfe.adci.it.

Per ogni categoria saranno richiesti dei materiali digitali o fisici.

Per le campagne in shortlist, copie dei materiali in alta risoluzione potranno essere richieste dopo la proclamazione per necessità divulgative dell'ADCI (post, news, Annual, etc).

Importante

Le specifiche tecniche sul caricamento dei materiali digitali e tutti i dettagli sulla spedizione dei materiali fisici si trovano sia sul sito cfe.adci.it sia su questo documento al s07

Specifiche tecniche per i materiali richiesti all'iscrizione.

Novità 2015 sui lavori non profit

Dall'edizione 2015 degli ADCI Awards, le campagne Non Profit verranno giudicate all'interno delle singole categorie e specifiche sottocategorie, secondo i medesimi criteri e dalle stesse Giurie.

Nella sottocategoria Non Profit confluiscono tutti i lavori che siano stati commissionati da un ente Non Profit, il cui argomento e scopo del messaggio siano a carattere sociale e di pubblica utilità (cioè lavori che trattano temi di rilevanza sociale quali ad esempio: droga, abbandono degli animali, ambiente, malattie, assistenza, aiuto ai bisognosi, etc, oppure educativi o volti a stimolare un comportamento civile positivo).

La valutazione del carattere sociale del messaggio e della corretta appartenenza alla categoria d'iscrizione verrà giudicata dal Presidente dell'ADCI, che si riserva il diritto di trasferire il lavoro alla categoria idonea in concerto con il Presidente degli ADCI Awards 2016 (es: lavoro giudicato non pertinente al Non Profit e trasferito ad altra categoria, o viceversa).

Per l'iscrizione online su cfe.adci.it identificare la Categoria di riferimento e selezionare la sottocategoria specifica "Non Profit".

La Categoria **studenti** non presenta la specificazione "Non Profit" e costituisce un'eccezione alla regola.

Novità 2016

Da questa edizione degli ADCI Awards, le categorie "Digital Integrated" e "Digital Integrated Non Profit" sono state spostate dall'area CYBER a quella INTEGRATED.

Inoltre, le categorie "Brand Identity – Lavoro singolo", "Brand Identity – Lavoro singolo Non profit", "Brand Identity – Immagine coordinata" e "Brand Identity – Immagine coordinata Non Profit" presenti nell'area DESIGN, sono state sostituite da due categorie uniche, "Brand Identity" e "Brand Identity Non Profit".

Ultima novità: l'unione nelle due categorie "Copywriting" e "Copywriting Non Profit" dell'area CRAFT di tutto ciò che prima veniva inserito nelle varie di categorie di copywriting presenti in aree diverse.



A.1.1 Campagna

Categoria riservata alle campagne che prevedono l'utilizzo di almeno 3 (tre) differenti media, digital e non, strettamente interconnessi tra loro per creare un percorso di comunicazione che coinvolge l'utente. Il lavoro va iscritto con un video riassuntivo che spiega gli obiettivi della campagna integrata, mostra le modalità e i mezzi di esecuzione della stessa e rende conto dei risultati ottenuti.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

A.1.2 Campagna Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto A.1.1.**

A.1.3 Digital Integrated Campaign

Campagne che sviluppino lo stesso concetto creativo su diverse piattaforme online, mobile o anche solo social network. Categoria riservata alle campagne che prevedono l'utilizzo di almeno 3 (tre) differenti canali digital o social strettamente interconnessi tra loro e che creano un percorso di comunicazione che coinvolge l'utente.

Il lavoro va iscritto con un video riassuntivo che spiega gli obiettivi della campagna integrata, mostra le modalità e i mezzi di esecuzione della stessa e rende conto dei risultati ottenuti. Ogni Entry vale per 1 soggetto singolo: per iscrivere una campagna multisoggetto si devono acquistare tante Entry quanti sono i soggetti che si desidera iscrivere.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG, l'indicazione della URL (nel campo della breve descrizione del lavoro) e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

A.1.4 Digital Integrated Campaign Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto A.1.3.**



A.2.1 Campagna Stampa

Categoria riservata alle campagne stampa, siano queste pianificate su periodici, quotidiani o testate trade e sulle loro versioni sfogliabili digitali.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

A.2.2 Campagna Stampa Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto A.2.1.**



A.3.1 Tabellare

Categoria riservata ad affissioni tradizionali (poster, locandine, billboard, etc) e speciali (3D, interattive, etc) che sono state pianificate su circuiti media outdoor e indoor con esclusione del punto vendita.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

A.3.2 Tabellare Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto A.3.1.**

A.4.1 Out Of Home

Attività di comunicazione sul territorio che non sfruttano circuiti media tradizionali (flash mob, stunts, ambient, guerrilla, live advertising, digital out of home, etc).

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

A.4.2 Out Of Home Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto A.4.1.**



A.5.1 TV e Cinema

Categoria riservata alle campagne pianificate su reti televisive e/o circuiti cinematografici.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG (contenente le 6 immagini dei frame), di un file digitale o un file video multimediale e l'invio di un Board (contenente le 6 immagini dei frame).

A.5.2 TV e Cinema Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto A.5.1.

A.6.1 Altri schermi

Video su altri schermi: internet, mobile, digital out of home, convention, etc.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG (contenente le 6 immagini dei frame), di un file digitale o un file video multimediale, l'indicazione della URL e l'invio di un Board (contenente le 6 immagini dei frame).

A.6.2 Altri schermi Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto A.6.1.



A.7.1 Campagna Radio

Categoria riservata alle campagne pianificate su emittenti radiofoniche, incluse web radio, mobile e servizi di streaming e radio digitale, purché sia prevista una pianificazione media misurabile.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG (che rappresenti il prodotto, il logo o che identifichi la campagna), di un file digitale MP3 e dello script in PDF, e l'invio di un Board (contenente jpeg e lo script del pdf).

A.7.2 Campagna Radio Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto A.7.1.



B.1.1 Brand Identity

Progetti che creano identità per brand, prodotti, servizi o eventi.

Ogni Entry vale per 1 soggetto singolo: per iscrivere una campagna multisoggetto si devono acquistare tante Entry quanti sono i soggetti che si desidera iscrivere.

Materiali: per l'iscrizione è necessario inviare degli esemplari fisici in buone condizioni, il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

B.1.2 Brand Identity Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto B.1.1.**

B.2.1 Packaging – Lavoro singolo

In questa categoria possono essere iscritti confezioni, pack, imballaggi, scatole e quant'altro assolve funzione di packaging in genere. Questa Entry vale per 1 oggetto singolo: per iscrivere un progetto composto da più oggetti acquistare la Entry B.2.2 Packaging – Serie coordinata.

Materiali: per l'iscrizione è necessario inviare degli esemplari fisici in buone condizioni, il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

B.2.2 Packaging – Serie coordinata

In questa categoria possono essere iscritti confezioni, pack, imballaggi, scatole e quant'altro funga da packaging in genere.

Materiali: per l'iscrizione è necessario inviare degli esemplari fisici in buone condizioni, il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

B.2.3 Packaging – Lavoro singolo o serie coordinata

Non Profit Categoria riservata alle campagne Non Profit. Questa Entry vale sia per il lavoro singolo che per la serie coordinata Non Profit. **Valgono le regole del punto B.2.1 e B.2.2.**

B.3.1 Grafica editoriale

Possono essere iscritti in questa categoria tutti i lavori di grafica editoriale come riviste, pubblicazioni, giornali, mensili, libri, CD e DVD.

Materiali: per l'iscrizione è necessario inviare degli esemplari fisici in buone condizioni, il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

B.3.2 Grafica editoriale Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto B.3.1.

B.4.1 Tipografia

Manca la descrizione

Materiali: per l'iscrizione è necessario inviare degli esemplari fisici in buone condizioni, il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

B.4.2 Tipografia Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto B.4.1.

B.5.1 BTL, Retail e Environmental

Comprende l'allestimento di punti vendita, spazi pubblici, musei, mostre, segnaletica e materiali informativi quali cataloghi, volantini, espositori, etc.

Materiali: per l'iscrizione è necessario inviare degli esemplari fisici in buone condizioni, il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

B.5.2 BTL, Retail e Environmental Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto B.5.1.

B.6.1 Digital e Motion Design – Website, blog e mobile app

La categoria comprende il design dell'interfaccia grafica di blog, website e app mobile.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG, l'indicazione (all'interno della breve descrizione del lavoro) dell'indirizzo URL del sito/blog, che deve rimanere in rete almeno per 8 (otto) mesi dalla data dell'iscrizione, e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

B.6.2 Digital e Motion Design – Website, blog e mobile app Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto B.6.1.

B.6.3 Digital e Motion Design – Motion Design

La categoria è dedicata a qualsiasi lavoro di grafica in movimento come ad esempio compositing video, motion typography, 3D video, etc.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

B.6.4 Digital e Motion Design – Motion Design Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto B.6.3



C.1.1 Classic Media

Singolo media o campagna multimedia guidata da mezzi classici: stampa, affissione, TV, radio, mailing, couponing. Attività di comunicazione pensate per creare un'immediata attivazione del target nell'acquisto di un prodotto o servizio.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board.

Il caricamento di un Video Case Study e di un file MP3 (per singolo media radio) è facoltativo.

C.1.2 Classic Media Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto C.1.1.

C.2.1 Digital e Social Media

Singolo canale o campagna multicanale guidata da mezzi digital e social: mobile, social media, app, banner, siti, dem. Attività di comunicazione pensate per creare un'immediata attivazione del target nell'acquisto di un prodotto o servizio.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG, l'indicazione della URL (nel campo della breve descrizione del lavoro) e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

C.2.2 Digital e Social Media Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto C.2.1.

C.3.1 Other Media

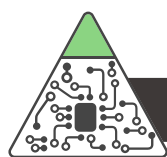
Singolo media o campagna multimedia guidata da altri mezzi: stunt, flashmob, eventi, special outdoor. Attività di comunicazione pensate per creare un'immediata attivazione del target nell'acquisto di un prodotto o servizio.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è obbligatorio.

C.3.2 Other Media Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto C.3.1.





CYBER

D.1.1 Display advertising, banner, campagne web

Campagne che sfruttano i media tabellari online. I lavori di display advertising saranno valutati in modalità online.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG, l'indicazione della URL (nel campo della breve descrizione del lavoro) e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

D.1.2 Display advertising, banner, campagne web Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto D.1.1**

D.2.1 Website

Website, portali, community online ed e-commerce, mobile e non, dedicati a un marchio, a un'azienda, a un'istituzione o a un prodotto. I lavori saranno valutati in modalità online. Parametri di giudizio saranno: idea, funzionalità, navigabilità, intuitività, responsività del design e art direction.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG, l'indicazione della URL (nel campo della breve descrizione del lavoro) e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

D.2.2 Website Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto D.2.1**

D.3.1 Mobile App Product & Services

Categoria dedicata ad applicazioni mobile che rappresentino un elemento chiave del servizio, del prodotto o del modello di business dell'azienda. Ad esempio: domotica, car-sharing, travel & booking, social lending, marketplace, rating & review, dating, online betting, wearable, etc.

Parametri di giudizio saranno: idea, funzionalità, navigabilità, intuitività, design e art direction.

Verrà prestata attenzione anche all'utilità per l'utente finale e alla scalabilità dell'idea di business.

L'applicazione verrà valutata in modalità online e dovrà quindi essere regolarmente scaricabile da uno degli store presenti sul mercato.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG, l'indicazione della URL (nel campo della breve descrizione del lavoro) e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

D.3.2 Mobile App Product & Services Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto D.3.1.**

D.3.3 Mobile App Entertainment

Categoria dedicata ad applicazioni mobile basate su un'esperienza di gioco, di fruizione di contenuti e più in generale di intrattenimento, realizzate da un brand o un'azienda per perseguire obiettivi di comunicazione e marketing, quali ad esempio lanciare o promuovere un prodotto o attivare il consumatore.

Parametri di giudizio saranno: idea, funzionalità, navigabilità, intuitività, design e art direction. L'applicazione verrà valutata in modalità online e dovrà quindi essere regolarmente scaricabile da uno degli store presenti sul mercato.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG, l'indicazione della URL (nel campo della breve descrizione del lavoro) e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

D.3.4 Mobile App Entertainment Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto D.3.3.**

D.4.1 Social Media – Campagna

Campagna di marketing o comunicazione la cui strategia ed esecuzione preveda il coinvolgimento di una o più piattaforme social o di private messaging quali ad esempio Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Periscope, Whatsapp, Pinterest, etc.

I criteri di giudizio saranno: originalità, creatività, risultati, utilizzo appropriato dei linguaggi e dei meccanismi delle diverse piattaforme e coerenza con la strategia presentata.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study e l'indicazione della URL è facoltativo.

D.4.2 Social Media Campagna Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto D.4.1.**

D.5.1 Viral

Film creati per l'online con l'obiettivo principale di essere condivisi e/o distribuiti direttamente dagli utenti. I lavori verranno giudicati per l'idea creativa e verranno tenute in forte considerazione le views generate. Un eventuale report che evidenzi il numero di visite organiche ottenute verrà ritenuto elemento differenziante per il lavoro.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

D.5.2 Viral Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto D.5.1.

D.6.1 Uso innovativo e creativo della tecnologia

La categoria si rivolge a campagne che sfruttano la tecnologia in modo creativo per comunicare un concetto, coinvolgere o intrattenere le persone, come per esempio: oggetti connessi, installazioni interattive, device creati ad hoc, etc.

I criteri di giudizio saranno: originalità, creatività, coerenza della tecnologia con l'obiettivo e il concept di campagna.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG, l'indicazione della URL (nel campo della breve descrizione del lavoro) e l'invio di un Board. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

D.6.2 Uso innovativo e creativo della tecnologia Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto D.6.1.



E.1.1 Campagna

Nella categoria Studenti, le scuole o i singoli studenti potranno iscrivere lavori sviluppati su qualsiasi mezzo, realizzati entro il 30 settembre 2016 nell'ambito di normali esercitazioni e laboratori previsti dai corsi, oppure al di fuori delle suddette esercitazioni e laboratori, purché approvati per l'iscrizione da scuola e docenti.

Iscrivendo i lavori, la scuola e i docenti se ne assumono la responsabilità.

Materiali: per l'iscrizione sarà necessario allegare, a seconda dei progetti: file video multimediali oppure un Video Case Study, file JPG, MP3 e un PDF con lo script, oltre alla eventuale URL per i progetti digital che la prevedano. Assolutamente obbligatorio è il caricamento della JPEG rappresentativa della campagna e l'invio del Board riassuntivo.

Gli annunci eventualmente selezionati saranno pubblicati nella categoria "Studenti" sull'Annual online dell'ADCI. Per ogni lavoro selezionato, l'ADCI mette a disposizione, per l'art director e il copywriter, l'associazione gratuita al Club. Con l'iscrizione gli autori cedono all'ADCI e alle società da esso controllate i diritti per l'eventuale uso della creatività dei lavori iscritti per attività di comunicazione, editoriali, culturali e promozionali dell'ADCI in Italia e all'estero. Ogni altro utilizzo editoriale e commerciale resta nella disponibilità degli autori e degli aventi diritto.



F.1.1 Fotografia

A questa categoria possono partecipare solo fotografie realizzate a scopo pubblicitario o editoriale, comprese quelle Non Profit. La foto deve essere priva di qualsiasi altro elemento di comunicazione che ne ha connotato la pubblicazione.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board.
Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

F.1.2 Fotografia Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto F.1.1.**

F.2.1 Illustrazione

A questa categoria possono partecipare solo le illustrazioni realizzate a scopo pubblicitario o editoriale, comprese quelle Non Profit. L'illustrazione deve essere priva di qualsiasi altro elemento di comunicazione che ne ha connotato la pubblicazione.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board.
Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

F.2.2 Illustrazione Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto F.2.1.**

F.3.1 Regia e Animazione

A questa categoria possono partecipare solo film realizzati a scopo pubblicitario o editoriale, compresi quelle Non Profit.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG (contenente le 6 immagini dei frame) e l'invio di un Board (contenente le 6 immagini dei frame) e di un file Video.

F.3.2 Regia e Animazione Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto F.3.1.**

F.4.1 Copywriting

Possono essere iscritti in questa categoria tutti i lavori di comunicazione (stampa, radio, film e digital), che si segnalino per il valore del copywriting.

Materiali: per l'iscrizione sarà necessario allegare, a seconda del tipo di lavoro: file video multimediali oppure un Video Case Study, un file MP3 e un PDF con lo script, oltre alla eventuale URL per i progetti digital che la prevedano.

Assolutamente obbligatorio è il caricamento della JPEG rappresentativa della campagna e l'invio del Board riassuntivo.

F.4.2 Copywriting Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto F.4.1.**

F.5.1 Art direction offline

Possono essere iscritti in questa categoria tutti i lavori di comunicazione, compresi quelli Non Profit, che si segnalino per il valore dell'art direction.

All'interno di questa categoria sono compresi lavori quali flyer, biglietti d'auguri, inviti, locandine, direct marketing, display da terra e da banco, palloncini, etc.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo ed è possibile inviare il materiale fisico legato al soggetto presentato.

F.5.2 Art direction offline Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto F.5.1.**

F.5.3 Art direction online

Possono essere iscritti in questa categoria tutti i lavori di comunicazione, compresi quelli Non Profit, che si segnalino per il valore dell'art direction. All'interno di questa categoria sono compresi lavori quali website, contenuti social media, mobile app, etc.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

F.5.4 Art direction online Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto F.5.3.**



G.1.1 Direct Marketing – Classic Media

Attività di comunicazione classic media mirate a un target specifico, fatte con l'obiettivo di generare una relazione e/o una risposta diretta i cui risultati siano misurabili.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo, così come è consigliato ma non obbligatorio caricare un report PDF che attesti i risultati ottenuti.

G.1.2 Direct Marketing – Classic Media Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto G.1.1.

G.1.3 Direct Marketing – Digital e Social Media

Attività di comunicazione digital e social media mirate a un target specifico, fatte con l'obiettivo di generare una relazione e/o una risposta diretta i cui risultati siano misurabili.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo, così come è consigliato ma non obbligatorio caricare un report PDF che attesti i risultati ottenuti.

G.1.4 Direct Marketing – Digital e Social Media Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto G.1.3.

G.1.5 Direct Marketing – CRM Strategy

In questa categoria, a differenza della precedenti, verrà valutata la strategia e l'integrazione con aspetti di CRM e quindi anche la capacità di analizzare e selezionare il target più corretto e l'efficacia dell'esecuzione basata su risultati comprovati da un report o altra forma di certificazione.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo, così come è consigliato ma non obbligatorio caricare un report PDF che attesti i risultati ottenuti.

G.1.6 Direct Marketing – CRM Strategy Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto G.1.5.

G.1.7 Direct Marketing – Campaign

Attività di comunicazione eseguite su più canali o media mirate a un target specifico, fatte con l'obiettivo di generare una relazione e/o una risposta diretta i cui risultati siano misurabili.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo, così come è consigliato ma non obbligatorio caricare un report PDF che attesti i risultati ottenuti.

G.1.8 Direct Marketing – Campaign Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto G.1.7.



H.1.1 Campagna

Progetti che hanno contribuito in modo significativo e misurabile (attraverso rassegne stampa, report, word of mouth online e offline, citazioni, presenze online, etc) alla creazione o alla gestione di una reputazione di marca o alla comunicazione di un prodotto o concetto.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study è facoltativo.

H.1.2 Campagna Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. Valgono le regole del punto H.1.1.



I.1.1 Creative Social Content & Editorial

Qualsiasi progetto di contenuto basato su un obiettivo chiaro, con strategia esplicitata ed esecuzione mostrata con almeno 5 pezzi di contenuto pubblicati, prova che la strategia editoriale è stata portata avanti per almeno 3 mesi.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study che illustri, oltre ai contenuti stessi, la strategia editoriale e contenga indicazione della URL che porta alla pagina e del periodo di permanenza online dei contenuti in oggetto è assolutamente obbligatorio.

I.1.2 Creative Social Content & Editorial Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto I.1.1.**

I.1.3 Progetto editoriale owned media o native adv

Contenuti video, erogati attraverso canali proprietari del brand, creati specificamente per coinvolgere ed intrattenere il target, dove il prodotto o il brand possono (o meno) far parte del contenuto senza esserne elemento preponderante.

Sono compresi in questa categoria forma televisivi, video clip, documentari, etc.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un Video Case Study che illustri, oltre ai contenuti stessi, la strategia editoriale e contenga indicazione dell URL che porta alla piattaforma o al contenuto native.

I.1.4 Progetto editoriale owned media o native adv Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto I.1.3.**

I.2.1 Video fiction e non fiction

Contenuti video creati specificamente per coinvolgere ed intrattenere il target, dove il prodotto o il brand possono (o meno) far parte del contenuto senza esserne elemento preponderante.

Sono compresi in questa categoria forma televisivi, video clip, documentari, etc.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un file Video è obbligatorio.

I.2.2 Video fiction e non fiction Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto I.2.1.**

I.3.1 Branded Live Experience

Eventi, activation, esperienze di brand create specificamente per coinvolgere ed intrattenere il target, dove il prodotto o il brand possono (o meno) far parte del contenuto senza esserne elemento preponderante.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un file Video è facoltativo.

I.3.2 Branded Live Experience Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto I.3.1.**

I.3.3 Branded Experience

Videogame, radio, canzoni, libri e ogni altra forma di contenuto creata specificamente per coinvolgere e intrattenere il target, dove il prodotto o il brand possono (o meno) far parte del contenuto senza esserne elemento preponderante.

Materiali: per l'iscrizione è necessario il caricamento di un JPG e l'invio di un Board riassuntivo. Il caricamento di un file Video è facoltativo

I.3.4 Branded Experience Non Profit

Categoria riservata alle campagne Non Profit. **Valgono le regole del punto I.3.3.**

07 | Specifiche tecniche per i materiali richiesti all'iscrizione

VIDEO

Dovranno essere inviati esclusivamente video con le seguenti specifiche tecniche:

- MPEG4 – File FILM: Codifica H264/MPEG-4 AVC, Bit Rate 1024 Kbit/sec, 25 Frame/Sec.
- Formato 4:3 640x512 pixel PAL
- Formato 16:9 640x360 pixel PAL
- Estensione file .MP4

Ogni spot deve essere **un file singolo con nome differente**.

Ogni spot va accompagnato da **un unico file JPG 72 dpi RGB contenente le 6 immagini dei frame composte in un'unica immagine** con dimensione maggiore pari a 1024 pixel, estensione file .JPG

Le Video Case History devono avere **una durata massima di 2 minuti**.

NOTA: lunghezze e formati diversi da quanto sopra indicato **verranno rigettati**.

JPG

File JPG 72 dpi RGB con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel, contenente fino ad un massimo di 6/8 immagini. Estensione file .JPG

URL

Ciascuna URL inserita nella scheda di iscrizione su **cfe.adci.it** deve rimanere in rete almeno per 8 (otto) mesi dalla data dell'iscrizione.

RADIO

File audio MP3: 44, 100 KHz, 16 bit stereo. Estensione file .MP3

BOARD E MATERIALI FISICI

Board: 40x60 - montato su poliplot NERO, rigido con grafica/immagini/descrizione della campagna che possa spiegare bene alla giuria l'idea. E' ammesso solo il formato orizzontale ad eccezione delle categorie in area Craft dove va bene anche il formato verticale nel caso di soggetti verticali.

Per ragioni di imparzialità, in nessun caso non potrà essere inserito il nome di chi iscrive o qualsiasi elemento che possa ricondurre a esso (con l'esclusione di campagne di autopromozione).

Codice identificativo lavoro iscritto: Ove sia richiesto l'invio di board e/o materiali fisici collegati al progetto iscritto **è obbligatorio riportare chiaramente leggibile sia sulla busta/plico/pacco sia sul board o sui materiali inviati il codice identificativo** che verrà comunicato in conclusione della procedura di iscrizione su cfe.adci.it .

Spedizione: se richiesto, spedire board e/o materiali fisici collegati al progetto iscritto a:

Art Directors Club Italiano

c/o Acqua su Marte

Via Alessandria 3 - Milano 20144

[codice identificativo lavoro iscritto]

Per qualsiasi dubbio in merito a codice o spedizione scrivere a cfe@adci.it

08 | Quote di iscrizione

Le quote di iscrizione potranno essere versate **esclusivamente** sul sito cfe.adci.it con **PayPal o carta di credito** (non è necessario essere titolari di account PayPal gratuito).

Il pagamento può essere effettuato in via alternativa con **bonifico PayPal su PayPal** (in quest'ultimo caso è naturalmente necessario essere titolari di account PayPal gratuito).

Il sito cfe.adci.it funziona esattamente come un qualsiasi sito di eCommerce.

- Le Entry da acquistare sono selezionabili come fossero prodotti (nella quantità desiderata)*.
- La totalità delle Entry acquistate viene caricata su un "carrello" virtuale (sempre verificabile e modificabile).
- Al termine del processo di selezione e verifica si procederà al check-out e dunque al pagamento sicuro in una delle tre modalità indicate sopra.
- Al pagamento avvenuto con successo seguirà una e-mail di conferma e tutte le indicazioni per effettuare l'iscrizione e il caricamento dei lavori (e l'inserimento dei credit) sulla piattaforma dedicata cfe.adci.it

Fino al 31 luglio 2016 le Entry sono acquistabili a prezzo Early Bird.

Dal 1° agosto fino alla deadline del 25 settembre 2016 (entro le ore 23:59) le Entry saranno acquistabili secondo il listino aggiornato 2016 riportato qui di seguito.

***attenzione: campagne multisoggetto**

Per iscrivere una campagna multisoggetto si dovranno semplicemente **acquistare tante Entry quanti sono i soggetti che si desidera iscrivere.**

Ogni Entry vale per 1 (uno) soggetto singolo: **in caso di campagna multisoggetto, il prezzo va moltiplicato per tutti i soggetti che la compongono.**

Esempio: per iscrivere alla categoria CRAFT, Copywriting una campagna di 3 soggetti si dovrà semplicemente inserire il numero 3 nel box "Quantità" al momento della definizione dell'acquisto su cfe.adci.it.

Una volta ricevuta conferma dell'acquisto e ottenuto accesso alla piattaforma dedicata cfe.adci.it, il sistema permetterà di abbinare facilmente i 3 soggetti (richiedendo l'inserimento dei credits una singola volta per tutte, l'inserimento di una breve descrizione del lavoro che servirà ai fini dell'annual) al momento del caricamento dei materiali necessari per completare l'iscrizione a questa specifica sottocategoria.

LISTINO ENTRY ADCI AWARDS 2016 PER CATEGORIA E SOTTOCATEGORIA

Le cifre sotto riportate si intendono **al netto di IVA** e rappresentano il prezzo pieno in vigore dal 1° agosto 2016. Sul sito cfe.adci.it sono invece disponibili, fino al 31 luglio 2016, i prezzi Early Bird.

Integrated

A.1.1 Campagna	€ 530
A.1.2 Campagna Non Profit	€ 400
A.1.3 Digital Integrated Campaign	€ 400
A.1.4 Digital Integrated Campaign Non Profit	€ 230

Stampa

A.2.1 Campagna stampa	€ 140
A.2.2 Campagna Stampa Non Profit	€ 120

Outdoor

A.3.1 Tabellare	€ 140
A.3.2 Tabellare Non Profit	€ 120
A.4.1 Out of home	€ 140

A.4.2 Out of home Non Profit € 120

Film

A.5.1 TV e Cinema € 250

A.5.2 TV e Cinema Non Profit € 120

A.6.1 Altri schermi € 215

A.6.2 Altri schermi Non Profit € 120

Radio

A.7.1 Campagna Radio € 140

A.7.2 Campagna Radio Non Profit € 120

Design

B.1.1 Brand Identity € 230

B.1.2 Brand Identity Non Profit € 120

B.2.1 Packaging – Lavoro singolo € 230

B.2.2 Packaging – Serie coordinata € 400

B.2.3 Lavoro singolo o serie coordinata Non Profit € 120

B.3.1 Grafica editoriale € 230

B.3.2 Grafica editoriale Non Profit € 120

B.4.1 Tipografia € 230

B.4.2 Tipografia Non Profit € 120

B.5.1 BTL, Retail e Environmental € 230

B.5.2 BTL, Retail e Environmental Non Profit € 120

B.6.1 Digital e Motion Design – Website, blog e mobile app € 230

B.6.2 Digital e Motion Design – Website, blog e mobile app Non Profit € 120

B.6.3 Digital e Motion Design – Motion Design € 230

B.6.4 Digital e Motion Design – Motion design Non Profit € 120

Promo & Activation

C.1.1 Classic Media € 400

C.1.2 Classic Media Non Profit € 400

C.2.1 Digital e Social Media € 400

C.2.2 Digital e Social Media Non Profit € 400

C.3.1 Other Media	€ 400
C.3.2 Other Media Non Profit	€ 400

Cyber

D.1.1 Display advertising, banner, campagne web	€ 190
D.1.2 Display advertising, banner, campagne web Non Profit	€ 120
D.2.1 Website	€ 190
D.2.2 Website Non Profit	€ 120
D.3.1 Mobile App Product & Services	€ 190
D.3.2 Mobile App Product & Services Non Profit	€ 120
D.3.3 Mobile App Entertainment	€ 190
D.3.4 Mobile App Entertainment Non Profit	€ 120
D.4.1 Social Media – Campagna	€ 400
D.4.2 Social Media – Campagna Non Profit	€ 230
D.5.1 Viral	€ 190
D.5.2 Viral Non Profit	€ 120
D.6.1 Uso innovativo e creativo della tecnologia	€ 400
D.6.2 Uso innovativo e creativo della tecnologia Non Profit	€ 230

Studenti

E.1.1 Campagna	€ 30
----------------	------

Craft

F.1.1 Fotografia	€ 230
F.1.2 Fotografia Non Profit	€ 120
F.2.1 Illustrazione	€ 230
F.2.2 Illustrazione Non Profit	€ 120
F.3.1 Regia e Animazione	€ 250
F.3.2 Regia e Animazione Non Profit	€ 120
F.4.1 Copywriting	€ 250
F.4.2 Copywriting Non Profit	€ 120
F.5.1 Art direction offline	€ 230
F.5.2 Art direction offline Non Profit	€ 120
F.5.3 Art direction on-line	€ 230
F.5.4 Art direction on-line Non Profit	€ 120

Direct

G.1.1 Direct Marketing – Classic Media	€ 215
G.1.2 Direct Marketing – Classic Media Non Profit	€ 120
G.1.3 Direct Marketing – Digital e Social Media	€ 215
G.1.4 Direct Marketing – Digital e Social Media Non Profit	€ 120
G.1.5 Direct Marketing – CRM Strategy	€ 215
G.1.6 Direct Marketing – CRM Strategy Non Profit	€ 120
G.1.7 Direct Marketing – Campaign	€ 215
G.1.8 Direct Marketing – Campaign Non Profit	€ 120

PR

H.1.1 Campagna	€ 400
H.1.2 Campagna Non Profit	€ 120

Branded Content

I.1.1 Creative Social Content & Editorial	€ 250
I.1.2 Creative Social Content & Editorial Non Profit	€ 120
I.1.3 Progetto editoriale owned media o native adv	€ 250
I.1.4 Progetto editoriale owned media o native adv Non Profit	€ 120
I.2.1 Video fiction e non fiction	€ 250
I.2.2 Video fiction e non fiction Non Profit	€ 120
I.3.1 Branded Live Experience	€ 250
I.3.2 Branded Live Experience Non Profit	€ 120
I.3.3 Branded Experience	€ 250
I.3.4 Branded Experience Non Profit	€ 120

09 | Trattamento e pubblicazione delle opere iscritte

- a. Ciascun partecipante, qualora la sua opera risultasse in shortlist o vincitrice, si impegna a fornire, dietro semplice richiesta dell'ADCI, ulteriore materiale per mostre e pubblicazioni promozionali organizzate dopo le premiazioni.
- b. Ciascun partecipante autorizza l'ADCI, o le società da esso controllate, a proiettare e pubblicare, a fini promozionali, le proprie opere nel corso di presentazioni pubbliche o private, nei luoghi, nei tempi e nei modi ritenuti più opportuni dall'ADCI stesso.

- c. L'ADCI si riserva il diritto di trasferire le opere ricevute su diverso materiale di supporto, anche magnetico o digitale.
- d. Ciascun partecipante concede all'ADCI, e alle società da esso controllate, il diritto di riprodurre la propria opera per la realizzazione di collane antologiche relative alle sue attività, o di monografie su singole manifestazioni.
- e. Ciascun partecipante s'impegna a consentire all'ADCI di fornire copia delle opere presentate a qualsiasi istituzione pubblica o privata che ne faccia richiesta, per intenti culturali ovvero al fine di promuovere, direttamente o indirettamente, le sue attività, e solleva espressamente l'ADCI e l'ADCI Servizi S.r.l. da qualsiasi responsabilità in merito, anche in relazione ad eventuali diritti di terzi.
- f. Ciascun partecipante garantisce all'ADCI Servizi S.r.l. e a società, associazioni e fornitori a essa collegati la facoltà di utilizzare le opere presentate e concede all'ADCI Servizi S.r.l., e alle società a essa collegate, licenza non esclusiva, per tutto il mondo, irrevocabile e royalty-free, per farne uso nei modi che sceglierà, per perseguire le proprie finalità associative.
- g. Si rammenta che l'utilizzo di foto, musiche, persone, marchi o immagini è regolamentato dalla legge e dal diritto d'autore. Chi iscrive la campagna si assume tutte le responsabilità derivanti dall'utilizzo di immagini, musiche, persone, marchi presenti nei propri annunci.
- h. La non osservanza di una delle precedenti regole comporta l'esclusione dalla selezione senza restituzione della quota.

Per qualsiasi informazione contattare:

Art Directors Club Italiano

e-mail: cfe@adci.it

Per notizie e aggiornamenti sugli ADCI Awards e le attività del Club: blog.adci.it

10 | FAQ

Posso iscrivere un lavoro agli ADCI Awards anche se non sono un socio ADCI?

Sì, agli ADCI Awards possono partecipare tutti, anche coloro che non sono soci ADCI.

Solo le agenzie possono iscrivere i lavori o possono anche i singoli creativi?

Sia le agenzie sia i singoli creativi. Se per esempio la tua agenzia decide di non iscrivere un lavoro in cui tu credi molto, puoi farlo lo stesso. Gli ADCI Awards premiano gli autori delle campagne.

Posso iscrivere un lavoro anche se non sono un creativo pubblicitario?

Sì, gli ADCI Awards intendono dare dei riconoscimenti a tutti gli autori, nelle rispettive categorie: fotografi, illustratori e registi.

E come la mettiamo con i fake?

Monitoreremo la pianificazione di ogni campagna iscritta e squalificheremo tutti i progetti che non risponderanno ai requisiti di una pianificazione rilevante.

Come si vota?

Il voto è palese in quanto si vogliono responsabilizzare le scelte dei singoli. Ogni lavoro sarà giudicato per alzata di mano cui seguirà una discussione.

In nessun caso si può votare il lavoro proprio o della propria agenzia. Quando viene discusso un lavoro della propria agenzia oppure di cui si è autori o co-autori, lo si dichiara e ci si astiene dalla votazione. Non solo: ci si deve alzare dal tavolo della Giuria e allontanarsi. Non è possibile illustrare il proprio progetto. Chi vota un proprio lavoro o il lavoro della propria agenzia dovrà essere escluso dalla Giuria e il lavoro venire nuovamente sottoposto a votazione. Se la Giuria non potesse più riunirsi, la decisione verrà demandata al Consiglio Direttivo. La decisione del Consiglio Direttivo è inappellabile e definitiva.

Che tipo di formati video devo mandare?

MPEG4 – File FILM: Codifica H264/MPEG–4 AVC, Bit Rate 1024 Kbit/sec, 25 Frame/Sec.

Formato 4:3 640x512 pixel PAL

Formato 16:9 640x360 pixel PAL

Estensione file .MP4

Le case history devono durare per forza 2 minuti?

Sì. Funziona così anche per i premi più importanti al mondo, come il Cannes Lions. **Se la vostra case history dura più di 2 (due) minuti dovete ridurla**, altrimenti verrà rigettata. Non potete mandarla per e-mail o in altri modi: va caricata esclusivamente su cfe.adci.it.

Devo iscrivere una campagna multisoggetto ma non trovo la sottocategoria.

Per iscrivere una campagna multisoggetto **si dovranno semplicemente acquistare tante Entry quanti sono i soggetti che si desidera iscrivere.**

Ogni Entry vale per 1 (uno) soggetto singolo: in caso di campagna multisoggetto, il prezzo va moltiplicato per tutti i soggetti che la compongono.

Posso pagare le Entry con assegno o in contanti?

No, e se ci rifletti è un vantaggio. Per favorire la semplificazione e digitalizzazione dei processi del Club, da quest'anno le quote di iscrizione agli ADCI Awards potranno essere versate **esclusivamente** sul sito cfe.adci.it con **PayPal** o **carta di credito** (non è necessario essere titolari di account PayPal gratuito).

Non possiedo carta di credito / La mia agenzia non dispone di carta di credito aziendale: devo rinunciare all'iscrizione dei lavori agli ADCI Awards 2016?

Assolutamente no. PayPal prevede l'opzione di pagamento senza carta di credito, naturalmente previa apertura di un account PayPal (totalmente gratuito): si tratta di fatto di trasformare questo account PayPal in una sorta di carta ricaricabile virtuale, da ricaricare appunto direttamente con bonifico da propria banca.

In altre parole, voi pagate le iscrizioni con un normale bonifico bancario a favore del vostro account PayPal (che lo accetta come una qualsiasi banca), utilizzando poi le credenziali PayPal ottenute all'apertura del vostro account per acquistare le Entry sul sito cfe.adci.it

Trovate tutte le informazioni per l'uso di PayPal senza carta di credito [qui](#).



Art Directors Club Italiano
c/o Acqua su Marte
Via Alessandria 3 - Milano 20144
e-mail: cfe@adci.it