





ART DIRECTORS CLUB  
ITALIANO

# AWARDS 2012

## CALL FOR ENTRIES

L'ADCI, ART DIRECTORS CLUB ITALIANO, 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 IL GRAND PRIX). TUTTI I LAVORI IN SHORTLIST E QUELLI PREMIATI VENGONO POI PUBBLICATI ONLINE SUL SITO ADCI.IT. 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.

## TAG

1. DATA ULTIMA PER L'ISCRIZIONE.
2. ELEGGIBILITÀ.
3. LE GIURIE ADCI AWARDS 2012.
4. DEFINIZIONE DELLE SHORTLIST E DEI PREMI.
5. ASSEGNAZIONE DEL GRAND PRIX.
6. PROCLAMAZIONE E CONSEGNA DEI PREMI.
7. PUBBLICAZIONE DEI LAVORI PREMIATI.
8. ASSENZA DEI CREDITS DAI MATERIALI INVIATI E NOTE ALLEGATE.
9. CATEGORIE E MATERIALI PER LE ISCRIZIONI.
10. SPECIFICHE TECNICHE PER I MATERIALI (VIDEO E AUDIO).
11. QUOTE D'ISCRIZIONE.
12. SPECIFICHE PER L'ISCRIZIONE.
13. TUTORIAL ISCRIZIONE.
14. FAQ (FREQUENTLY ASKED QUESTIONS).

## 1. DATA ULTIMA PER L'ISCRIZIONE.

I lavori, unitamente alle schede di partecipazione e le quote relative, dovranno pervenire entro il **29 FEBBRAIO 2012** a questo indirizzo:

ADCI SERVIZI S.R.L. VIA CARLO MARIA MAGGI, 14 20154 MILANO

## 2. ELEGGIBILITÀ.

Possono partecipare agli ADCI Awards 2012 tutti i lavori che rientrano nelle categorie elencate al paragrafo CATEGORIE E MATERIALI PER LE ISCRIZIONI e che siano stati pubblicati nel periodo che va dal 1° febbraio 2011 al 31 gennaio 2012. Non è necessario essere socio ADCI per iscrivere i lavori e partecipare agli ADCI Awards. Una singola uscita mediatica, approvata dal committente e pianificata su un mezzo coerente con il target e con gli obiettivi di comunicazione, costituisce la condizione minima e sufficiente per l'iscrizione agli ADCI Awards. 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 2012 e quello effettivamente uscito come, a puro titolo di esempio, il rimontaggio di uno spot o l'alterazione di una headline o di un payoff. 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, con 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.

### 3. LE GIURIE ADCI AWARDS 2012.

L'ADCI Awards sarà strutturato come segue: la gestione andrà, in coppia, al Presidente dell'ADCI e a un Presidente degli ADCI Awards nominato dal Consiglio.

Saranno nominati inoltre 9 Presidenti di Giuria: Advertising (3), Design (1), Live Advertising (1), Digital (1), Crafting (2), Sociale e Studenti (1).

Il Presidente dell'ADCI e il Presidente degli ADCI Awards avranno una funzione d'indirizzo su principi e su criteri di giudizio prima, di controllo sulla funzionalità delle Giurie durante (in collaborazione con il Consiglio ADCI) e di rappresentanza istituzionale poi. Le giurie saranno composte da 10 professionisti della comunicazione pubblicitaria scelti dai rispettivi Presidenti di Giuria, su questi ultimi ricadrà la responsabilità sulla qualità e la correttezza del giudizio dei lavori. I Presidenti di Giuria dovranno scegliere per le giurie prevalentemente soci ADCI, ma potranno selezionare fino a un 20% di giurati tra personalità rilevanti per ciascuna sezione (non soci ADCI). In ogni giuria non potranno esserci più di 2 rappresentanti della stessa agenzia.

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 short list degli ADCI Awards 2012 e fino a due settimane dopo, possono essere segnalati - in forma riservata - dai soci ADCI e/o da chiunque abbia iscritto uno o più lavori agli ADCI Awards 2012, quei lavori per i quali ci sono dubbi relativi alle irregolarità descritte nel paragrafo 2 ("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 dal 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 di inizio dei lavori delle Giurie - alle dovute categorie di appartenenza, i lavori che fossero stati iscritti in categorie sbagliate.

### 4. DEFINIZIONE DELLE SHORTLIST E DEI PREMI.

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 voto del Presidente di Giuria vale due.

In nessun caso si può votare il lavoro proprio o della propria agenzia. Quando viene sottoposto alla discussione di un lavoro della propria agenzia oppure di cui si è autori o co-autori, lo si dichiara e ci si astiene dalla votazione. Chi vota un proprio lavoro o il lavoro della sua agenzia deve essere escluso dalla giuria. Il lavoro viene nuovamente sottoposto a votazione oppure, se la giuria non può più riunirsi, la decisione viene demandata al Consiglio Direttivo. La decisione del Consiglio Direttivo è inappellabile e definitiva.

## 5. ASSEGNAZIONE DEL GRAND PRIX.

Durante la serata di premiazione i soci ADCI voteranno per assegnare il Grand Prix.

## 6. 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 durante l'anno. Il lavoro che si aggiudica il Grand Prix e i lavori che si aggiudicano l'oro nelle varie categorie verranno premiati con un singolo cono 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. Essendo gli ADCI Awards un premio dedicato all'eccellenza creativa, si inviteranno a ritirare i premi i protagonisti del lavoro creativo, ovvero gli autori degli stessi. Il numero di persone che salgono a ritirare il premio può essere limitato per esigenze di tempo e organizzative. Gli autori e le agenzie devono fornire informazioni veritiere. La decisione ultima su chi sale 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 cono e/o dei diplomi vinti. 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.

## 7. PUBBLICAZIONE DEI LAVORI PREMIATI.

Tutti i lavori in shortlist e quelli premiati saranno pubblicati alla voce "AWARDS" - Winners & Shortlists sul sito dell'ADCI, (ove tecnicamente e legalmente possibile) e verranno eventualmente pubblicati a 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).

## 8. ASSENZA DEI CREDITS DAI MATERIALI INVIATI E NOTE ALLEGATE.

In tutti i materiali inviati (immagini, testi, video, audio...) 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 e che vengono pubblicate sulle relative schede. Le informazioni sulle schede di iscrizione devono essere veritiere, pena l'esclusione da pubblicazione e premi.

## 9. CATEGORIE E MATERIALI PER LE ISCRIZIONI.

A differenza delle precedenti edizioni non sarà più necessario inviare i seguenti materiali:

- DVD dei filmati e i relativi 6 frame
  - CD Rom in Tiff 300dpi (CMYK)
- per la stampa:

Verranno richiesti dopo le giurie esclusivamente alle campagne in shortlist.

## A. ADVERTISING.

3 Presidenti di Giuria coordinano e presiedono 3 giurie (comunicazione integrata, stampa e affissione, film e radio) che assegnano ori, argenti e bronzi per ogni singola categoria (A1, A2, A3, A4, A5).

### **A.1 Comunicazione integrata.**

#### **A.1.1 Campagna.**

Categoria riservata alle campagne che declinano lo stesso concetto (Media Neutral Idea) su almeno tre mezzi pubblicitari. Per essere definita integrata la comunicazione deve integrare media classici con nuovi media (payed+earned) o, anche, media offline con media online. Il lavoro va iscritto con un video riassuntivo che spiega gli obiettivi della campagna

integrata, mostra le modalità e i mezzi di esecuzione della campagna e rende conto dei risultati ottenuti.

Per l'iscrizione online sarà necessario allegare la rispettiva Case History tramite un file video multimediale MPEG2 della durata massima di 3 minuti, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)". Oltre al video devono essere iscritti, a supporto e per un approfondimento del progetto, anche tutti i singoli materiali, osservando le regole della categoria a cui sono riconducibili.

## **A.2. Stampa.**

*A.2.1 Annuncio singolo.*

*A.2.2 Campagna multi soggetto.*

Categoria riservata alle campagne stampa, siano queste pianificate su periodici, quotidiani o testate trade. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Per questa categoria non sarà più necessario inviare stampe montate su cartoncino.

## **A.3. Affissione.**

*A.3.1 Affissione singola.*

*A.3.2 Campagna multi soggetto.*

Categoria riservata alle campagne pianificate su circuiti di affissione outdoor e indoor, a esclusione dei materiali presso i punti vendita. Per questa categoria non sarà più necessario inviare stampe montate su cartoncino. Per l'iscrizione online seguire le stesse indicazioni della categoria A2.Stampa.

## **A.4. Film.**

*A.4.1 Spot singolo.*

*A.4.2 Campagna multi soggetto.*

Categoria riservata alle campagne pianificate su reti televisive

e/o circuiti cinematografici. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un file digitale o un file video multimediale MPEG2, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)", sia per i singoli spot sia per le campagne composte da più spot. Ogni singolo spot deve essere un file singolo con nome differente.

## **A.5. Radio.**

*A.5.1 Comunicato singolo.*

*A.5.2 Campagna multi soggetto.*

Categoria riservata alle campagne pianificate su emittenti radiofoniche, incluse le Web Radio. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un file digitale MP3 (44,100 KHz, 16 bit stereo). Inviare una mail contenente il numero di protocollo e i testi della sceneggiatura per lavoro o per campagna, a info@adci.it.

## **B. DESIGN.**

Un unico Presidente di Giuria coordina e presiede 1 giuria che assegna ori, argenti e bronzi per ogni singola categoria (B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7, B8).

### **B.1. Identity.**

*B.1.1 Lavoro singolo (senza video).*

*B.1.2 Immagine coordinata (senza video).*

*B.1.3 Lavoro singolo (con video).*

*B.1.4 Immagine coordinata (con video).*

Progetti che creano identity per brand, prodotti, servizi o eventi. L'iscrizione può essere fatta anche senza video, in questo caso utilizzare le Cat. B.1.1 e B.1.2 allegando un file digitale JPG (72 dpi RGB). Per l'iscrizione online delle Cat. B.1.3 e B.1.4 sarà necessario allegare la rispettiva Case History tramite un file video multimediale MPEG2 (durata massima 3 minuti), seguendo

le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)". Sarà necessario allegare anche file digitali JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Inoltre vanno inviati stampati in buone condizioni.

## **B.2. Packaging.**

### *B.2.1 Lavoro singolo.*

### *B.2.2 Serie coordinata.*

In questa categoria possono essere iscritti confezioni, pack, imballaggi, scatole e quant'altro funga da packaging in genere. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Inoltre è necessario inviare materiali in forma tridimensionale.

## **B.3. Product design.**

### *B.3.1 Lavoro singolo.*

In questa categoria possono essere iscritti progetti di design industriale per beni di largo consumo. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Inoltre è necessario inviare materiali in forma tridimensionale.

## **B.4. Grafica editoriale.**

### *B.4.1 Lavoro singolo.*

Possono essere iscritti in questa categoria tutti i lavori di grafica editoriale come riviste, pubblicazioni, giornali, mensili, libri, CD e DVD. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Inoltre è necessario inviare materiali in forma tridimensionale.

## **B.5. Environmental Design.**

### *B.5.1 Lavoro singolo.*

Comprende l'allestimento di spazi pubblici, musei, mostre e segnaletica. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel.

## **B.6. Digital design e motion graphic.**

### *B.6.1 Lavoro singolo.*

In questa categoria possono essere iscritti progetti di grafica per schermi digitali dinamici. Per l'iscrizione inviare un file video multimediale MPEG2, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)".

## **B.7. TIPOGRAFIA.**

### *B.7.1 Lavoro singolo.*

### *B.7.2 Campagna multi soggetto.*

Per l'iscrizione online sarà necessario allegare file digitali JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Per questa categoria non sarà più necessario inviare stampati montati su cartoncini neri.

## **B.8. Graphic design, miscellanea.**

### *B.8.1 Lavoro singolo*

### *B.8.2 Campagna multi soggetto*

Brochure, pieghevoli, cataloghi, calendari, newsletter, house organ, annual report, bilanci CSR e altri prodotti grafici... Per l'iscrizione online sarà necessario allegare file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Inoltre è necessario inviare materiali in forma tridimensionale.

## **C. LIVE ADVERTISING.**

Un unico Presidente di Giuria coordina e presiede 1 giuria che assegna ori,

argenti e bronzi per ogni singola categoria (C1, C2, C3)

## **C.1. Eventi.**

### *C.1.1 Campagna.*

Possono essere iscritti a questa categoria eventi di ogni tipo e dimensione. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare la rispettiva Case History della durata massima di 3 minuti tramite un file digitale o un file video multimediale MPEG2, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)". Inoltre sarà necessario allegare file digitali JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel.

## **C.2. Ambient.**

### *C.2.1 Lavoro singolo.*

### *C.2.2 Campagna multi soggetto.*

È possibile iscriverne in questa categoria tutti i progetti che prevedano installazioni sul territorio che non sfruttino media tabellari. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel.

## **C.3. Unconventional.**

### *C.3.1 Lavoro singolo senza video.*

### *C.3.2 Campagna multi soggetto senza video.*

### *C.3.3 Lavoro singolo con video.*

### *C.3.4 Campagna multi soggetto con video.*

Guerrilla marketing, stunt advertising, flashmob, marketing esperienziale... È possibile iscriverne in questa categoria tutti i progetti definibili come New Media, ovvero media non tabellari, che sviluppino azioni prevalentemente sul territorio. L'iscrizione può essere fatta anche senza video, in questo caso utilizzare le Cat. C.3.1 e C.3.2 allegando un file digitale JPG (72 dpi

RGB). Per l'iscrizione online delle Cat. C.3.3 e C.3.4 sarà necessario allegare la rispettiva Case History tramite un file video multimediale MPEG2 (durata massima 3 minuti), seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)". Inoltre sarà necessario allegare file digitali JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel.

## **D. DIGITAL.**

Un unico Presidente di Giuria coordina e presiede 1 giuria che assegna ori, argenti e bronzi per ogni singola categoria (D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8).

## **D.1. Digital integrated campaign.**

### *D.1.1 Campagna.*

Campagne che sviluppino lo stesso concetto (Media Neutral Idea) su diverse piattaforme online o mobile, anche solo social network. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare la rispettiva Case History tramite un file digitale o un file video multimediale MPEG2 (durata massima 3 minuti), seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)". Oltre al video devono essere iscritti, a supporto e per un approfondimento del progetto, anche tutti i singoli materiali, osservando le regole della categoria a cui sono riconducibili.

## **D.2. Campagne web.**

### *D.2.1 Lavoro singolo.*

### *D.2.2 Campagna multi soggetto.*

Campagne che sfruttano i media tabellari online. I lavori di online advertising saranno valutati in modalità online. Indicare chiaramente l'indirizzo del sito, che deve rimanere in rete almeno per otto mesi dalla data dell'iscrizione. Inoltre sarà necessario allegare file digitali JPG (72dpi, RGB).

### **D.3. Siti web.**

#### *D.3.1 Lavoro singolo.*

Siti, portali, comunità online, siti di e-commerce dedicati a un marchio, a un'azienda, a un'istituzione o a un prodotto. Categoria riservata a siti internet nella loro interezza. I lavori saranno valutati in modalità online. Indicare chiaramente l'indirizzo del sito, che deve rimanere in rete almeno per otto mesi dalla data dell'iscrizione. Inoltre sarà necessario allegare file digitali JPG (72dpi, RGB).

### **D.4. Blog e nano editoria.**

#### *D.4.1 Lavoro singolo.*

Blog aziendali, editoriali, professionali, personali. I lavori iscritti saranno valutati in modalità online. I criteri di giudizio saranno: aspetto estetico, contenuti, capacità di engagement del consumatore, capacità di impatto sulla rete, soluzioni tecniche adottate, tipo di programmazione. Indicare chiaramente l'indirizzo del sito, che deve rimanere in rete almeno per otto mesi dalla data dell'iscrizione. Indicare anche l'indirizzo di tre post particolarmente significativi, commentati o rappresentativi. Inoltre sarà necessario allegare file digitali JPG (72dpi, RGB).

### **D.5. Apps.**

#### *D.5.1 Lavoro singolo.*

Applicazioni sviluppate sia online (compresi i social network) sia su mobile. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare la rispettiva Case History tramite un file video multimediale MPEG2 (durata massima 3 minuti), seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)". Inoltre sarà necessario allegare file digitali JPG (72dpi, RGB).

### **D.6. Social network (personalizzazioni e attività).**

#### *D.6.1 Lavoro singolo.*

Pagine Facebook, profili twitter aziendali e altre attività sui social network. I criteri di giudizio saranno: originalità, creatività, impatto, usabilità, soluzioni tecniche adottate. Indicare chiaramente l'indirizzo del sito, che deve rimanere in rete almeno per otto mesi dalla data dell'iscrizione. Per l'iscrizione sarà necessario allegare file digitali JPG (72dpi, RGB).

### **D.7. Viral advertising.**

#### *D.7.1 Lavoro singolo.*

#### *D.7.2 Campagna multi soggetto.*

Web video, ovvero video veicolati esclusivamente online, oltre che qualsiasi progetto che abbia generato importanti fenomeni spontanei di condivisione in rete. Per l'iscrizione online sarà necessario indicare chiaramente l'indirizzo url del video o del progetto, che deve rimanere in rete almeno per otto mesi dalla data dell'iscrizione. Per l'iscrizione sarà necessario allegare file digitali JPG (72dpi, RGB).

### **D.8. Branded Digital Content.**

#### *D.8.1 Lavoro singolo.*

Advergames, Web series, micro siti... Per l'iscrizione indicare l'indirizzo url, che deve rimanere in rete almeno per otto mesi dalla data dell'iscrizione. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare la Case History con un file video multimediale MPEG2 (durata massima 3 min.), seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali. Inoltre allegare file digitali JPG (72dpi, RGB).



## **E. SOCIALE.**

Il Presidente di Giuria coordina e presiede 1 giuria che assegna ori, argenti e bronzi per ogni singola categoria (E1, E2, E3, E4). Nella categoria SOCIALE confluiscono, indipendentemente dal mezzo utilizzato, tutti i lavori il cui argomento e scopo del messaggio sono 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 e aiuto ai bisognosi - oppure sono educativi o volti a stimolare un comportamento civile) e che siano stati commissionati da un ente non profit. 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 2012 (es: lavoro giudicato non sociale e trasferito ad altra categoria, o viceversa).

**I lavori di fotografia, illustrazione, copywriting, regia e animazione, musica e art direction, dovranno essere iscritti nelle rispettive categorie tecniche. Per l'iscrizione online seguire le stesse indicazioni della categoria di riferimento.**

### **E.1. Sociale. Classic Media.**

- E.1.1 Soggetto singolo per un mezzo.*
- E.1.2 Campagna multi soggetto per mezzo.*

Stampa, Film, Affissione e Radio. Per l'iscrizione online fare riferimento alle singole categorie.

### **E.2. Sociale. Other Media.**

- E.2.1 Soggetto singolo per un mezzo.*
- E.2.2 Campagna multi soggetto per mezzo.*

Tutte le categorie del Design e del Live advertising. Per l'iscrizione fare riferimento alle singole categorie.

### **E.3. Sociale. Digital.**

- E.3.1 Soggetto singolo per un mezzo.*
- E.3.2 Campagna multi soggetto per mezzo.*

Tutte le categorie del Digital. Per l'iscrizione online fare riferimento alle singole categorie.

### **E.4. Sociale. Comunicazione integrata e progetti mixed media.**

#### *E.4.1 Campagna.*

Per un minimo di 3 applicazioni di campagne sociali su media diversi. Valutazione dei lavori dal punto di vista dei canali utilizzati e, soprattutto, del Progetto di Comunicazione nella sua globalità. Per l'iscrizione sarà necessario allegare la rispettiva Case History della durata massima di 3 minuti tramite un file video multimediale MPEG2, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)". Oltre al video devono essere iscritti, a supporto e per un approfondimento del progetto, anche tutti i singoli materiali, osservando le regole della categoria a cui sono riconducibili.

## **F. STUDENTI.**

Il Presidente di Giuria del Sociale coordina e presiede anche la Giuria "STUDENTI".

Nella categoria STUDENTI le scuole, o i singoli studenti, potranno iscrivere lavori sviluppati su qualsiasi mezzo, realizzati 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, nel periodo fra il 1° febbraio 2011 e il 31 gennaio 2012. Iscrivendo i lavori, la scuola e i docenti se ne assumono

la responsabilità. Per l'invio dei materiali seguire le indicazioni della categoria a cui si riferiscono.

## **F.1 Studenti**

### *F.1.1 Campagna.*

Per l'iscrizione online sarà necessario allegare, a seconda dei progetti, file video multimediali MPEG2 seguendo le informazioni elencate al paragrafo 10. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO)" oppure file digitali JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel.

Gli annunci eventualmente selezionati saranno pubblicati nella categoria "Studenti" sull'Annual online dell'ADCI. Tali lavori non valgono come crediti per l'iscrizione come Soci ADCI. Per ogni lavoro selezionato, l'ADCI mette a disposizione, per l'art director e il copywriter, l'iscrizione gratuita nella categoria Studenti ADCI.

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 le 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.

## **G. CRAFTING.**

Due Presidenti coordinano e presiedono 2 giurie (la prima per le categorie Fotografia, Illustrazione e Art Direction, la seconda per Regia, Musica e Copywriting) che assegnano ori, argenti e bronzi per ogni categoria.

## **G.1. Fotografia.**

### *G.1.1 Lavoro singolo.*

### *G.1.2 Campagna multi soggetto.*

A questa categoria possono partecipare

solo fotografie realizzate a scopo pubblicitario o editoriale, comprese quelle di natura sociale. La foto deve essere priva di qualsiasi altro elemento di comunicazione che ne ha connotato la pubblicazione. Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Per questa categoria non sarà più necessario inviare stampe montate su cartoncino.

## **G.2. Illustrazione.**

### *G.2.1 Lavoro singolo.*

### *G.2.2 Campagna multi soggetto.*

A questa categoria possono partecipare solo le illustrazioni realizzate a scopo pubblicitario o editoriale, comprese quelle di natura sociale. L'illustrazione deve essere priva di qualsiasi altro elemento di comunicazione che ne ha connotato la pubblicazione. Per l'iscrizione online dell'illustrazione sarà necessario allegare un file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Per questa categoria non sarà più necessario inviare stampe montate su cartoncino.

## **G.3. Regia e Animazione (Execution).**

### *G.3.1 Lavoro singolo filmato.*

### *G.3.2 Campagna multi soggetto filmati.*

### *G.3.3 Lavoro singolo radio.*

### *G.3.4 Campagna multi soggetto radio.*

A questa categoria possono partecipare solo film e radiocomunicati realizzati a scopo pubblicitario o editoriale, comprese quelle di natura sociale. Per l'iscrizione online seguire le stesse indicazioni della categoria del lavoro: FILM o RADIO.

## **G.4. Musica e sound design.**

*G.4.1 Lavoro singolo filmati.*

*G.4.2 Campagna multi soggetto filmati.*

*G.4.3 Lavoro singolo Radio.*

*G.4.4 Campagna multi soggetto Radio.*

A questa categoria possono partecipare solo musiche e sound design realizzati ad hoc per film o radio comunicati commerciali, compresi quelli di natura sociale. Per l'iscrizione online seguire le stesse indicazioni della categoria del lavoro: FILM o RADIO.

## **G.5. Copywriting.**

*G.5.1 Lavoro singolo per stampa*

*G.5.2 Campagna multi soggetto per stampa*

*G.5.3 Lavoro singolo per radio*

*G.5.4 Campagna multi soggetto per radio.*

*G.5.5 Lavoro singolo per filmati*

*G.5.6 Campagna multi soggetto per filmati.*

Possono essere iscritti in questa categoria tutti i lavori di comunicazione - compresi quelli di natura sociale - che si segnalino per il valore del copywriting. Per l'iscrizione online seguire le stesse indicazioni della categoria del lavoro: STAMPA, FILM o RADIO.

## **G.6. Art direction.**

*G.6.1 Lavoro singolo.*

*G.6.2 Campagna multi soggetto.*

Possono essere iscritti in questa categoria tutti i lavori di comunicazione - compresi quelli di natura sociale - che si segnalino per il valore dell'art direction. All'interno di questa categoria sono compresi anche lavori quali Volantini, Flyer, Biglietti d'auguri, Inviti, Locandine, Direct Marketing, Display da terra e da banco... Per l'iscrizione online sarà necessario allegare un

file digitale JPG (72dpi, RGB) con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel.

## **10. Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO e AUDIO).**

Da quest'anno sarà possibile caricare (upload), oltre al formato 4:3, anche il formato 16:9 sempre PAL  
MPEG2 - PAL - 4:3  
MPEG2 - PAL - 16:9

*N.B. L'invio di formati diversi da quanto sopra indicato comporta l'addebito di € 100,00 cad. oltre alla quota di iscrizione.*

Caricamento documenti (FILE UPLOAD)

I contenuti caricati direttamente devono corrispondere alle seguenti specifiche tecniche:

singoli File con estensione:

.vob con contenuti: (es: numero\_ protocollo.vob)

.mpeg con contenuti: (es: numero\_ protocollo.mpeg)

.mpg con contenuti: (es: numero\_ protocollo.mpg)

.mp2 con contenuti: (es: numero\_ protocollo.mp2)

### **VIDEO**

Video Codec: MPEG2 Program stream - Main Profile - Main Level

Video Bit Rate: 7 Kbps CBR (Constant Bit Rate)

Format Video: PAL (625 lines)

Frame Rate: 25 Frames/Sec.

Frame Size: 720 x 576 Pixel

Pixel Aspect Ratio: 4:3 or 16:9

### **AUDIO**

PCM Waveform

Data rate: 1536 Kbps - Sample: 16 bits

Sample Rate: 48.000 KHz - Channels: Stereo

*Oppure*

MPEG Layer 2 Audio

Data rate: 96 Kbps - Sample: 16 bits

Sample Rate: 48.000 KHz - Channels: Stereo

*Oppure*

AC3

Data rate: 192 Kbps - Channels: Stereo

## **11. QUOTE D'ISCRIZIONE.**

### **A. ADVERTISING.**

#### **A.1. COMUNICAZIONE INTEGRATA**

Campagna 280 euro + IVA

#### **A.2. STAMPA**

Singolo 95 euro + IVA

Multi soggetto 280 euro + IVA

#### **A.3. AFFISSIONE**

Singolo 95 euro + IVA

Multi soggetto 280 euro + IVA

#### **A.4. FILM**

Spot singolo 175 euro + IVA

Multi soggetto 350 euro + IVA

#### **A.5. RADIO**

Comunicato singolo 95 euro + IVA

Multi soggetto 280 euro + IVA

### **B. DESIGN.**

#### **B.1. IDENTITY**

Singolo 85 euro + IVA

Immagine coordinata 175 euro + IVA

Singolo con film 150 euro + IVA

Immagine coordinata con film 250 euro + IVA

#### **B.2. PACKAGING**

Singolo 85 euro + IVA

Serie coordinata 175 euro + IVA

#### **B.3. PRODUCT DESIGN**

Singolo 85 euro + IVA

#### **B.4. GRAFICA EDITORIALE**

Singolo 85 euro + IVA

#### **B.5. ENVIRONMENTAL DESIGN**

Singolo 85 euro + IVA

#### **B.6. DIGITAL DESIGN E MOTION GRAPHIC**

Singolo 175 euro + IVA

#### **B.7. TIPOGRAFIA**

Singolo 85 euro + IVA

Multi soggetto 250 euro + IVA

#### **B.8 GRAPHIC DESIGN, MISCELLANEA**

Singolo 85 euro + IVA

Multi soggetto 250 euro + IVA

### **C. LIVE ADVERTISING.**

#### **C.1. EVENTI**

Campagna 280 euro + IVA

#### **C.2. AMBIENT**

Singolo 95 euro + IVA

Multi soggetto 280 euro + IVA

#### **C.3. UNCONVENTIONAL**

Singolo 95 euro + IVA

Multi soggetto 280 euro + IVA

Singolo con film 175 euro + IVA

Multi soggetto con film 350 euro + IVA

### **D. DIGITAL.**

#### **D.1. DIGITAL INTEGRATED CAMPAIGN**

Campagna 280 euro+ IVA

#### **D.2. CAMPAGNE WEB**

Lavoro singolo 115 euro + IVA

Campagna 280 euro + IVA

#### **D.3. SITI WEB**

Lavoro singolo 115 euro + IVA

#### **D.4. BLOG E NANO EDITORIA**

Lavoro singolo 115 euro + IVA

#### **D.5. APPS**

Lavoro singolo 115 euro + IVA

#### **D.6. SOCIAL NETWORK**

Lavoro singolo 115 euro + IVA

#### **D.7. VIRAL ADVERTISING**

Lavoro singolo 115 euro + IVA

Multi soggetto 280 euro + IVA

#### **D.8. BRANDED DIGITAL CONTENT**

Lavoro singolo 115 euro + IVA

### **E. SOCIALE.**

#### **E.1 CLASSIC MEDIA**

Soggetto singolo per un mezzo

60 euro + IVA

Campagna multi soggetto per un mezzo

120 euro + IVA

## *E.2 OTHER MEDIA*

Soggetto singolo per un mezzo  
60 euro + IVA  
Campagna multi soggetto per un mezzo  
120 euro + IVA

## *E.3 DIGITAL*

Soggetto singolo per un mezzo  
60 euro + IVA  
Campagna multi soggetto per un mezzo  
120 euro + IVA

## *E.4 COM./INTEGRATA E MIXED MEDIA*

Campagna 280 euro + IVA

## **F. STUDENTI.**

### *F. STUDENTI*

Progetto 20 euro + IVA

## **G. CRAFTING.**

### *G.1. FOTOGRAFIA*

Singolo 95 euro + IVA  
Multi soggetto 280 euro + IVA

### *G.2. ILLUSTRAZIONE*

Singolo 95 euro + IVA  
Multi soggetto 280 euro + IVA

### *G.3. REGIA E ANIMAZIONE*

Soggetto singolo film 175 euro + IVA  
Multi soggetto film 350 euro + IVA  
Soggetto singolo radio 95 euro + IVA  
Multi soggetto radio 280 euro + IVA

### *G.4. MUSICA E SOUND DESIGN*

Soggetto singolo film 175 euro + IVA  
Multi soggetto film 350 euro + IVA  
Soggetto singolo radio 95 euro + IVA  
Multi soggetto radio 280 euro + IVA

### *G.5. COPYWRITING*

Soggetto singolo stampa 95 euro + IVA  
Multi soggetto stampa 280 euro + IVA  
Soggetto singolo radio 95 euro + IVA  
Multi soggetto radio 280 euro + IVA  
Soggetto singolo film 175 euro + IVA  
Multi soggetto film 350 euro + IVA

### *G.6. ART DIRECTION*

Soggetto singolo 95 euro + IVA  
Multi soggetto 280 euro + IVA

## **12. SPECIFICHE PER L'ISCRIZIONE**

### **ATTENZIONE:**

I moduli di iscrizione devono essere compilati ONLINE, sul sito [www.adci.it](http://www.adci.it) <<http://www.adci.it>> nella sezione CALL FOR ENTRIES. Dove richiesto è necessario inviare insieme al modulo online il o i file digitali, seguendo le specifiche tecniche. Una volta compilati e confermati, i moduli dovranno essere stampati.

Leggere attentamente le istruzioni relative alla categoria in cui intendete iscrivere i lavori. Per ogni lavoro/soggetto va compilato il modulo d'iscrizione. Fatene quindi due copie. Una va allegata al lavoro/soggetto, ove precisato. L'altra va inserita in una busta che conterrà tutte le seconde copie di tutti i lavori che volete iscrivere. In questa busta va inserito anche il modulo riassuntivo dei lavori iscritti. È importante che questo modulo riporti i dati fiscali necessari per la fatturazione. Se un lavoro/soggetto viene iscritto in due o più categorie occorre riempire i moduli d'iscrizione relative ad ogni categoria.

### **SPEDIZIONE DEI LAVORI.**

Dividete i lavori/soggetti che volete iscrivere per categoria. Mettete tutti i lavori di una stessa categoria in una busta. Chiudetela e scrivete sul fronte il mittente e il nome della categoria, così come riportato in questo Call For Entries. Ripetete questa operazione per tutte le categorie a cui volete partecipare. Riunite infine tutte le buste in un unico pacco. Aggiungere al pacco la busta con tutte le doppie copie delle schede di iscrizione, e il modulo riassuntivo dei lavori iscritti, nella quale avrete inserito anche l'assegno o la fotocopia del bonifico bancario per le spese di iscrizione.

**Ricordatevi di aggiungere l'IVA nella percentuale in vigore al momento del pagamento, come indicato nella relativa**

#### **sezione QUOTE DI ISCRIZIONE.**

**La relativa fattura sarà emessa al ricevimento del bonifico o assegno da: ADCI Servizi S.r.l. - Via Carlo Maria Maggi, 14 - 20154 Milano - P.IVA 05066360966**

**L'assegno sarà barrato, non trasferibile e intestato a: ADCI Servizi S.r.l.**

**Il bonifico bancario dovrà essere intestato a:**

**ADCI Servizi S.r.l.**

**Banca Intesa Sanpaolo - filiale 1886**

**Via C. Battisti, 11 - 20122 Milano**

**c/c 100000004922 - ABI: 03069 - CAB:**

**09483 - CIN: D**

**IBAN: IT83D0306909483100000004922**

**BIC: BCITITMMK99**

#### **AVVERTENZE**

La non osservanza delle norme stampate in questo bando potrà portare all'esclusione dei lavori iscritti: in tal caso, le quote di iscrizione non verranno restituite. Tutti i materiali presentati non verranno restituiti.

#### **TRATTAMENTO E PUBBLICAZIONE DELLE OPERE ISCRITTE**

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. 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. L'ADCI si riserva il diritto di trasferire le opere ricevute su diverso materiale di supporto, anche magnetico o digitale. 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. 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. Ciascun partecipante garantisce all'ADCI Servizi S.r.l. e a società, associazioni e fornitori ad essa collegati, la facoltà di utilizzare le opere presentate e concede all'ADCI Servizi S.r.l. e alle società ad 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.

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 loro annunci. 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  
Via Carlo Maria Maggi, 14 - 20154  
Milano- tel. +39 02 6555943 - mobile:  
+39 366 3609834  
fax +39 02 34534273 e-mail: info@adci.it - www.adci.it

Per notizie e aggiornamenti sugli ADCI Awards e le attività del Club, seguire il blog ADCI: <http://blog.adci.it>

### 13. TUTORIAL.

Per iscrivere i lavori bisogna prima registrare i propri dati.

Dopo la registrazione riceverete via email account e password per entrare nel sito, accedere alle Categorie e compilare i moduli dei lavori.

I soci ADCI non possono utilizzare la loro password abituale, ma devono comunque registrarsi per avere account e password specifiche per gli ADCI AWARDS. Se avete dimenticato account e password potete richiederle inviando, con l'apposito form, l'indirizzo email con cui vi siete registrati.

Le riceverete nella casella di posta che avete indicato.

Iscrizione passo per passo:

- ▶ scegliere la categoria (da link "Nuovo lavoro" menu a sinistra);
- ▶ compilare il modulo (uno per lavoro) con i dati e gli allegati richiesti (jpg/mp3);
- ▶ protocollare il modulo (il numero di protocollo deve essere riportato sul materiale che invierete ad ADCI);
- ▶ stampare e firmare il modulo (da accludere all'invio del materiale ad ADCI);
- ▶ stampare la scheda riassuntiva dei lavori (da accludere all'invio del materiale ad ADCI);
- ▶ invio ad ADCI, nelle modalità previste dal Bando.

*ALCUNI ESEMPI.*

Per l'iscrizione di un lavoro STAMPA o AFFISSIONE, procedete come segue:

- ▶ compilate il modulo di iscrizione ;
- ▶ allegare uno o più jpg a 72dpi;
- ▶ confermate l'iscrizione (otterrete il numero di protocollo);
- ▶ stampate la scheda e firmatela;
- ▶ raccogliete tutte le schede per la singola categoria (STAMPA e AFFISSIONE) e mettetele dentro una busta.

Per l'iscrizione di un lavoro RADIO:

- ▶ compilate il modulo di iscrizione;
- ▶ allegare uno o più file mp3;
- ▶ confermate l'iscrizione (otterrete il numero di protocollo);
- ▶ stampate la scheda e firmatela;
- ▶ raccogliete tutte le schede per la singola categoria e mettetele dentro una busta;
- ▶ inviate una mail a [info@adci.it](mailto:info@adci.it) con il numero di protocollo e un documento word con i testi della sceneggiatura.

Per i FILM, invece:

- ▶ compilate il modulo di iscrizione;
- ▶ confermate l'iscrizione (otterrete il numero di protocollo);
- ▶ una volta ottenuto il numero di protocollo allegare il film facendo riferimento al numero di protocollo ottenuto. Utilizzate il link "Invio FILE VIDEO" e fate l'upload dei file. ATTENZIONE: prima di inviare, date ai file video il nome che trovate nell'elenco. Per l'invio dei file è necessario aver installato Java Virtual Machine, se premendo "invia" non si apre la finestra java per l'upload, potete scaricare Java dal link presente nella pagina;
- ▶ stampate la scheda e firmatela;
- ▶ raccogliete tutte le schede per la singola categoria e mettetele dentro una busta.

Per tutte le altre categorie fare riferimento a queste tre (STAMPA, RADIO e FILM). E cioè se sono richiesti dei Jpg seguire le istruzioni della categoria STAMPA, se invece sono richiesti file video (come per le case histories) seguire le istruzioni della categoria FILM. Importante: una volta che avete pronte tutte le buste di categoria, mettetele dentro un'unica busta che racchiuda tutti i lavori d'agenzia con il modulo riassuntivo dei lavori iscritti.

#### 14. FAQ (FREQUENTLY ASKED QUESTIONS).

##### *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 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, quest'anno gli ADCI Awards intendono dare dei riconoscimenti a tutti gli autori, nelle rispettive categorie: fotografi, illustratori e registi.

##### *QUANTI PRESIDENTI DI GIURIA SONO PREVISTI DAGLI ADCI AWARDS?*

Un Presidente degli ADCI Awards più 9 Presidenti di Giuria. Comunicazione Integrata (1 giuria), Stampa e Affissione (1 giuria), Film e Radio (1 giuria), Sociale e Studenti (1 giuria), Design (1 giuria), Live Advertising (1 giuria) Digital (1 giuria). Nella sezione Crafting due Presidenti coordinano due giurie: una per le categorie Fotografia, Illustrazione e Animazione, Art direction, l'altra per le categorie Regia, Music e sound design, Copywriting.

##### *COME VENGONO SCELTE LE GIURIE?*

I Presidenti di Giuria scelgono all'interno del Club i componenti di ogni singola giuria. Possono scegliere anche fino a un 20% di giurati che non siano soci del Club ma che si siano contraddistinti professionalmente nella sezione di riferimento. Non possono scegliere più di due giurati provenienti dalla stessa agenzia.

##### *COME SI VOTA?*

Da quest'anno il voto è palese

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

##### *POSSO ASSISTERE ALLE GIURIE ANCHE SE NON SONO GIURATO?*

Sì, come semplice osservatore. Da quest'anno sarà possibile assistere al lavoro delle giurie ma non si potrà in nessun modo intervenire.

##### *PERCHÉ NON C'È PIÙ LA CATEGORIA EXECUTION CINEMA E TV?*

Abbiamo ritenuto l'esecuzione cinematografica un lavoro autorale, quindi ricade nella categoria regia, in cui è premiata anche la casa di produzione e il direttore della fotografia. In più un premio a sé stante merita l'esecuzione musicale.

##### *COME COMPILARE IL MODULO D'ISCRIZIONE?*

La compilazione è semplice e analoga a quella su carta. Nei moduli troverete le informazioni per la compilazione online. Il modulo può essere compilato da un solo utente per volta. I moduli dei lavori possono essere compilati anche parzialmente e completati in tempi successivi, dovete solo salvare i dati con il bottone "SALVA". Ogni modulo che preparate sarà salvato nel vostro archivio personale online e potrete modificarlo o eliminarlo quando volete. Per accedere ai moduli salvati cliccate su "Lista lavori inseriti". Invio allegati: l'invio degli allegati (jpg/mp3) è previsto nelle schede. Per ulteriori informazioni utilizzate il bottone "Info modulo" presente in ogni scheda.

##### *COME PROTOCOLLARE IL MODULO D'ISCRIZIONE?*

Quando il modulo sarà completo potrete generare il numero di protocollo (indispensabile per l'iscrizione del lavoro). In "Lista lavori inseriti", cliccate sul bottone "PROTOCOLLA". Si aprirà il riepilogo dei dati inseriti che dovrete confermare con il bottone "CONFERMA e PROTOCOLLA".



Il sistema genererà il numero di protocollo che troverete: in "Lista lavori inseriti", bottone "APRI/STAMPA", e nella "Scheda riassuntiva lavori iscritti". Non è possibile protocollare un lavoro se nella scheda IL NUMERO DEI SOGGETTI, I TITOLI DEI SOGGETTI E GLI ALLEGATI (jpg/mp3) non sono conformi a quanto richiesto. (ad esempio i 4 soggetti debbono avere i 4 titoli ed i 4 allegati)

#### **COME STAMPARE IL MODULO D'ISCRIZIONE?**

In "Lista lavori inseriti", cliccate sul bottone "APRI/STAMPA". Vi sarà visualizzata la pagina adatta alla stampa. Utilizzando la funzione stampa del vostro browser potrete stampare il modulo. Per la categoria Integrated Media se si compilano le schede delle singole categorie è necessario stampare sia la scheda principale sia le schede delle singole categorie media.

#### **COME STAMPARE LA SCHEDA RIASSUNTIVA?**

Cliccate su "Scheda riassuntiva lavori iscritti". Vi sarà visualizzata la pagina adatta alla stampa. Utilizzando la funzione stampa del vostro browser potrete stampare la scheda. Se avete inserito molti lavori, la scheda potrebbe avere più pagine (che troverete numerate sotto i vostri dati) visualizzate ogni pagina nel browser e stampatela. Per la categoria Integrated Media se iscrivete il lavoro compilando le schede dei diversi media, dovrete stampare la pagina principale e le pagine delle singole categorie. Se nella lista non è presente un lavoro, controllate in "Lista lavori inseriti" se il lavoro è ancora in stand by protocollatelo. Per eliminare un lavoro dalla lista, in "Lista lavori inseriti" utilizzate il bottone "elimina" corrispondente al lavoro che volete eliminare. Per modificare i dati, menu a sinistra dalla pagina principale, link "Dati agenzia /studio /ditta". I dati sono comuni a tutti i lavori e ogni modifica viene riportata in tutti i moduli.



ART DIRECTORS CLUB  
ITALIANO

Via Carlo Maria Maggi, 14,  
20154 Milano  
tel. +39 02 6555943  
mobile +39 366 360 9834  
fax +39 02 34534273  
e-mail info@adci.it  
www.adci.it