



ADCI



**CALL FOR ENTRIES 2014
ADCI.IT**



AWARDS 2014

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 2014.
4. DEFINIZIONE DELLE SHORTLIST E DEI PREMI.
5. PROCLAMAZIONE E CONSEGNA DEI PREMI.
6. PUBBLICAZIONE DEI LAVORI PREMIATI.
7. ASSENZA DEI CREDITS DAI MATERIALI INVIATI E NOTE ALLEGATE.
8. CATEGORIE E MATERIALI PER LE ISCRIZIONI.
9. SPECIFICHE TECNICHE PER I MATERIALI.
10. QUOTE D'ISCRIZIONE.
11. SPECIFICHE PER L'ISCRIZIONE.
12. TUTORIAL ISCRIZIONE.
13. FAQ (FREQUENTLY ASKED QUESTIONS).

1. DATA ULTIMA PER L'ISCRIZIONE.

I lavori iscritti online e le quote relative dovranno essere effettuati entro il **31 marzo 2014**.

ADCI Servizi S.r.l. Via Carlo Maria Maggi, 14 - 20154 Milano

2. ELEGGIBILITÀ.

Sono iscrivibili i lavori andati on air entro il 28 febbraio 2014. Le iscrizioni vanno effettuate e le quote versate entro il 31 marzo 2014. 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. La coerenza del progetto di comunicazione con il media prescelto e la pianificazione viene monitorata mediante la nuova partnership di ADCI con Nielsen.

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 2014 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.

A prescindere dal controllo preventivo eseguito tramite Nielsen, 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 2014.

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

Le giurie saranno composte da un Presidente di giuria e da 10 professionisti della comunicazione pubblicitaria scelti dai rispettivi Presidenti di Giuria, su questi 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 2 giurati tra personalità rilevanti per ciascuna sezione (non soci ADCI). In ogni giuria non potranno esserci più di 2 rappresentanti della stessa agenzia.

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 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 2014 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 2014, 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 d'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. Ma 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 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. 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. 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.

6. 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).

7. 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. Fanno eccezione solo i progetti autopromozionali. Le informazioni sulle schede di iscrizione devono essere veritiere, pena l'esclusione da pubblicazione e premi.

8. ISCRIZIONI.

Le iscrizioni vengono fatte online sul sito adci.it. Per ogni categoria saranno richiesti dei materiali (digitali o fisici).

Per le campagne in shortlist, i materiali in alta risoluzione, potranno essere richiesti dopo le giurie per le necessità divulgative dell'ADCI.

INTEGRATED & TITANIUM.

A.1. Comunicazione integrata.

A.1.1 Campagna.

Categoria riservata alle campagne che prevedono l'utilizzo di diversi media (almeno 3) 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 campagna e rende conto dei risultati ottenuti. Per l'iscrizione è necessario il caricamento di un file MPEG4, di un Jpg e l'invio di un board (tutte le specifiche dei materiali al paragrafo 9).

STAMPA.

A.2. Campagna Stampa.

A.2.1 Annuncio singolo.

A.2.2 Campagna multisoggetto.

Categoria riservata alle campagne stampa, siano queste pianificate su periodici, quotidiani o testate trade. Per l'iscrizione è necessario il caricamento di un Jpg e l'invio di un board (tutte le specifiche dei materiali al paragrafo 9).

OUTDOOR.

A.3. Outdoor Tabellare

A.3.1 Affissione singola.

A.3.2 Campagna multisoggetto.

Categoria riservata ad affissioni tradizionali (poster, locandine, billboard ecc) e speciali (3d, interattive ecc) che sono state pianificate su circuiti media outdoor e indoor con esclusione del punto vendita. Per l'iscrizione online seguire le stesse indicazioni della categoria A.2.Stampa.

A.4.Out of home.

A.4.1 Soggetto singolo senza video.

A.4.2 Soggetto singolo con video.

Attività di comunicazione sul territorio che non sfruttano circuiti media tradizionali (flash mob, stunts, ambient, guerrilla, live advertising ecc). Per l'iscrizione online senza video, allegare un file digitale JPG 72 dpi RGB e inviare un board. Per l'iscrizione con Case History, caricare un file MPEG4 e inviare un board (tutte le specifiche dei materiali al paragrafo 9).

FILM E ALTRI SCHERMI.

A.5. TV e Cinema.

A.5.1 Soggetto singolo.

A.5.2 Campagna multisoggetto.

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 MPEG4, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 9: "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO)", sia per i singoli spot sia per le campagne composte da più spot. Ogni singolo spot deve essere un file singolo con nome differente. Inoltre dovete inviare un unico file JPG contenente le 6 immagini dei frame composte in un'unica immagine con dimensione maggiore pari a 1024 pixel.

A.6. Altri schermi.

A.6.1 Soggetto singolo.

A.6.2 Campagna multisoggetto.

Video su altri schermi: internet, mobile, digital out of home, convention ecc. Per l'iscrizione online seguire le istruzioni della categoria A.5 TV e Cinema.

RADIO.

A.7. Campagna Radio.

A.7.1 Soggetto singolo.

A.7.2 Campagna multisoggetto.

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. Estensione file .MP3). Inoltre compilare il riquadro con lo script.

DESIGN.

B.1. Brand 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.

Per l'iscrizione sarà necessario inviare degli esemplari in buone condizioni e un board riassuntivo (vedi specifiche al paragrafo 9). Per l'iscrizione online senza video, allegare un JPG 72 dpi RGB, con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Per l'iscrizione con Case History, caricare un file MPEG4, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 9, inoltre allegare file digitali JPG.

B.2. Packaging.

- B.2.1 Lavoro singolo senza video.*
- B.2.2 Serie coordinata senza video.*
- B.2.3 Lavoro singolo con video.*
- B.2.4 Serie coordinata con video.*

In questa categoria possono essere iscritti confezioni, pack, imballaggi, scatole e quant'altro funga da packaging in genere. Per l'iscrizione online seguire le istruzioni della categoria B.1 Brand Identity. Dovranno essere inviati stampati in buone condizioni.

B.3. BTL e Grafica editoriale.

- B.3.1 Lavoro singolo senza video.*
- B.3.2 Campagna multisoggetto senza video.*
- B.3.3 Lavoro singolo con video.*
- B.3.4 Campagna multisoggetto con video.*

Possono essere iscritti in questa categoria tutti i lavori di grafica editoriale come riviste, pubblicazioni, giornali, mensili, libri, CD e DVD, oltre che blog e siti. Per l'iscrizione online seguire le istruzioni della categoria B.1 Brand Identity. Dovranno essere inviati stampati in buone condizioni.

B.4. Tipografia.

- B.4.1 Lavoro singolo senza video.*
- B.4.2 Campagna multisoggetto senza video.*
- B.4.3 Lavoro singolo con video.*
- B.4.4 Campagna multisoggetto con video.*

Per l'iscrizione online seguire le istruzioni della categoria B.1 Brand

Identity.

B.5. Retail e Environmental Design.

B.5.1 Lavoro singolo senza video.

B.5.2 Lavoro singolo con video.

Comprende l'allestimento di Punti Vendita, spazi pubblici, musei, mostre e segnaletica.

Per l'iscrizione online seguire le istruzioni della categoria B.1 Brand Identity.

PROMO & ACTIVATION.

C.1. Classic Media.

- C.1.1 Campagna multimedia guidata da mezzi classici: stampa, affissione, Tv, radio, mailing, couponing.*
- C.1.2 Singolo media senza video.*
- C.1.3 Singolo media con video.*

C.2. Digital Media.

- C.2.1 Campagna multimedia guidata da mezzi digital: mobile, social media, app, banner, siti, dem...*
- C.2.2 Singolo media senza video.*
- C.2.3 Singolo media con video.*

C.3. Other Media.

- C.3.1 Campagna multimedia guidata da altri mezzi: stunt, flashmob, eventi, special outdoor.*
- C.3.2 Singolo media senza video.*
- C.3.3 Singolo media con video.*

Attività di comunicazione pensate per creare un'immediata attivazione del target nell'acquisto di un prodotto o servizio.

Per l'iscrizione online senza video, allegare un file digitale JPG 72 dpi RGB e inviare un board. Per l'iscrizione con Case History, caricare un file MPEG4 e inviare un board (tutte le specifiche dei materiali al paragrafo 9).

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 con Case History, caricare un file video multimediale MPEG4 della **durata massima di 2 minuti**, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 9: "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO)", inoltre allegare file digitali JPG 72 dpi RGB.

D.2. Display advertising, banner, campagne web.

D.2.1 Lavoro singolo.

D.2.2 Campagna multisoggetto.

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

D.4. Interface Design.

D.4.1 Lavoro singolo senza video.

D.4.2 Lavoro singolo con video.

Categoria che premia l'eccellenza e l'innovazione nelle interfacce di

qualsiasi tipo di piattaforma digitale (siti, blog, portali, app ecc). Parametri di giudizio sono: funzionalità, navigabilità, intuitività, responsività del design e art direction. Per l'iscrizione online senza video, allegare un file digitale JPG 72 dpi RGB + eventuale url. Per l'iscrizione con Case History, caricare un file video multimediale MPEG4 della **durata massima di 2 minuti**, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 9: "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO)", inoltre allegare file digitali JPG.

D.5. Apps, Game e Mobile.

D.5.1 Lavoro singolo senza video.

D.5.2 Lavoro singolo con video.

Applicazioni sviluppate sia online, social network compresi, sia su mobile. Oltre che tutti quei progetti creati ad hoc per piattaforme mobile: tablet e smartphone. Per l'iscrizione online senza video, allegare un file digitale JPG 72 dpi RGB. Indicare chiaramente l'indirizzo url del sito, che deve rimanere in rete almeno per otto mesi dalla data dell'iscrizione. Per l'iscrizione con Case History, caricare un file video multimediale MPEG4 della **durata massima di 2 minuti**, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 9: "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO)", inoltre allegare file digitali JPG.

D.6. Social Media.

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 url del sito, che deve rimanere in rete almeno per otto mesi dalla data dell'iscrizione. Per l'iscrizione online allegare JPG 72 dpi RGB.

D.7. Viral.

D.7.1 Lavoro singolo.

D.7.2 Campagna multisoggetto.

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 online allegare JPG 72 dpi RGB.

SOCIALE.

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 2014 (es: lavoro giudicato non sociale e trasferito ad altra categoria, o viceversa).

I lavori di fotografia, illustrazione, copywriting, regia e animazione, 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 multisoggetto 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 multisoggetto per mezzo.

Tutte le categorie del Design, Promo&Activation, Direct, PR e Outdoor (Out of home). Per l'iscrizione fare riferimento alle singole categorie.

E.3. Sociale. Digital.

E.3.1 Soggetto singolo per un mezzo.

E.3.2 Campagna multisoggetto 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 con Case History, caricare un file video multimediale MPEG4 della **durata massima di 2 minuti**, seguendo le informazioni elencate al paragrafo 9: "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO)", inoltre allegare file digitali JPG 72 dpi RGB.

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, entro il 28 febbraio 2014. 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 singola o multisoggetto.

Per l'iscrizione online sarà necessario allegare, a seconda dei progetti, file video multimediali MPEG4 della **durata massima di 2 minuti** seguendo le informazioni elencate al paragrafo 9. "Specifiche tecniche per i file digitali (VIDEO) oppure file digitali JPG 72dpi, RGB con la dimensione maggiore pari a 1024 pixel. Oppure MP3 e compilare il riquadro con lo script.

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'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.

CRAFT.

G.1. Fotografia.

G.1.1 Lavoro singolo senza video.

G.1.2 Campagna multisoggetto senza video.

G.1.3 Lavoro singolo con video.

G.1.4 Campagna multisoggetto con video.

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 senza video, allegare un file digitale JPG 72 dpi RGB e inviare un board. Per l'iscrizione con Case History, caricare un file MPEG4 e inviare un board (tutte le specifiche dei materiali al paragrafo 9).

G.2. Illustrazione.

G.2.1 Lavoro singolo senza video.

G.2.2 Campagna multisoggetto senza video.

G.2.3 Lavoro singolo con video.

G.2.4 Campagna multisoggetto con video.

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 seguire le istruzioni della categoria G.1 Fotografia.

G.3. Regia e Animazione.

G.3.1 Film - Lavoro singolo.

G.3.2 Film - Campagna multisoggetto.

G.3.3 Radio - Lavoro singolo.

G.3.4 Radio - Campagna multisoggetto.

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. Copywriting.

G.4.0 Lavoro singolo per tutti senza video tranne Film, Radio e Digital.

G.4.1 Campagna multisoggetto per tutti senza video (vedi sopra)

G.4.2 Lavoro singolo per tutti con video (vedi sopra).

G.4.3 Campagna multisoggetto per tutti con video (vedi sopra).

G.4.4 Lavoro singolo Radio

G.4.5 Campagna multisoggetto Radio

G.4.6 Lavoro singolo Film

G.4.7 Campagna multisoggetto Film

G.4.8 Lavoro singolo Digital

G.4.9 Campagna multisoggetto Digital

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.

G.5. Art direction.

G.5.1 Lavoro singolo senza video.

G.5.2 Campagna multisoggetto senza video.

G.5.3 Lavoro singolo con video.

G.5.4 Campagna multisoggetto con video.

G.5.5 Lavoro singolo Siti Web senza video.

G.5.6 Campagna multisoggetto Siti Web senza video.

G.5.7 Lavoro singolo Siti Web con video.

G.5.8 Campagna multisoggetto Siti Web con video.

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 Siti Web, Flyer, Biglietti d'auguri, Inviti, Locandine, Direct Marketing, Display da terra e da banco ...

Per l'iscrizione online senza video, allegare un file digitale JPG 72 dpi RGB e inviare un board. Per l'iscrizione con Case History, caricare un file MPEG4 e inviare un board (tutte le specifiche dei materiali al paragrafo 9).

DIRECT.

H.1. Classic Media.

H.1.1 Campagna multimedia guidata da mezzi classici: stampa, affissione, Tv, radio, mailing, couponing.

H.1.2 Singolo media senza video.

H.1.3 Singolo media con video.

H.2. Digital Media.

H.2.1 Campagna multimedia guidata da mezzi digital: mobile, social media, app, banner, siti, dem...

H.2.2 Singolo media senza video.

H.2.3 Singolo media con video.

H.3. Other Media.

H.3.1 Campagna multimedia guidata da altri mezzi: stunt, flashmob, eventi, special outdoor.

H.3.2 Singolo media senza video.

H.3.3 Singolo media con video.

Attività di comunicazione mirate a un target specifico, fatte con l'obiettivo di generare una relazione e che prevedano risposte misurabili.

Per l'iscrizione online senza video, allegare un file digitale JPG 72 dpi RGB e inviare un board. Per l'iscrizione con Case History, caricare un file MPEG4 e inviare un board (tutte le specifiche dei materiali al paragrafo 9).

PR.

L.1. Campagna

L.1.1 Campagna con video.

Progetti che hanno contribuito in modo significativo e misurabile (attraverso rassegne stampa, buzz online e offline, citazioni, presenze online ecc) alla creazione o alla gestione di una reputazione di marca.

Per l'iscrizione online senza video, allegare un file digitale JPG 72 dpi RGB e inviare un board. Per l'iscrizione con Case History, caricare

un file MPEG4 e inviare un board
(tutte le specifiche dei materiali al
paragrafo 9).

BRANDED CONTENT.

M.1. Campagna

M.1.1 Campagna singola senza video.

M.1.2 Campagna singola con video.

Progetti che hanno veicolato il brand attraverso canali e contenuti non prettamente pubblicitari quali ad esempio film, documentari, format televisivi, videoclip, videogame, canzoni, libri, blog ecc. Per l'iscrizione online senza video, allegare un file digitale JPG 72 dpi RGB e inviare un board. Per l'iscrizione con Case History, caricare un file MPEG4 e inviare un board (tutte le specifiche dei materiali al paragrafo 9).

9. Specifiche tecniche per i materiali di iscrizione.

VIDEO

Tutti i **filmati** dovranno essere inviati **ESCLUSIVAMENTE** con le seguenti specifiche tecniche:

MPEG 4 - 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 singolo spot deve essere un file singolo con nome differente, inoltre inviare un unico file JPG contenente le 6 immagini dei frame composte in un'unica immagine con dimensione maggiore pari a 1024 pixel.

I filmati delle **Case History** devono avere una **durata massima di 2 minuti**.

I filmati debbono essere inviati prima di protocollare, così come avviene per le altre categorie.

N.B. Non inviare lunghezze e formati diversi da quanto sopra indicato perché vengono rifiutati dal sistema.

BOARD

Per tutti i lavori iscritti sarà necessario inviare una stampa formato **A2 (40x60 cm)** montata su cartoncino (non poliplate), dove necessario con titolo della campagna, immagini significative e breve descrizione (**max 300 parole**). Per ragioni di imparzialità, in nessun caso non potrà essere inserito il nome di chi iscrive o qualsiasi cosa che possa ricondurre a esso (con l'esclusione di campagne di auto-promozione).

JPG

Per l'iscrizione online di tutti i lavori, sarà necessario allegare un file digitale **JPG 72 dpi RGB** con la dimensione maggiore pari a **1024 pixel**, fino ad un massimo di **6/8** immagini.

URL

Ove richiesto, per la visione delle campagne Cyber, indicare la **URL** del video o del progetto, che deve rimanere

in rete almeno per otto mesi dalla data dell'iscrizione.

RADIO

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

10. QUOTE DI ISCRIZIONE.

INTEGRATED & TITANIUM

A.1. INTEGRATED & TITANIUM.

A.1.1 Campagna Integrata.

280 euro + IVA

STAMPA.

A.2. STAMPA

A.2.1 Annuncio singolo.

95 euro + IVA

A.2.2 Campagna multisoggetto.

280 euro + IVA

OUTDOOR.

A.3. TABELLARE.

A.3.1 Affissione singola.

95 euro + IVA

A.3.2 Campagna multisoggetto.

280 euro + IVA

A.4. OUT OF HOME (AMBIENT, GUERRILLA, STUNT, LIVE ADV.)

A.4.1 Soggetto singolo senza video.

95 euro + IVA

A.4.2 Soggetto singolo con video

175 euro + IVA

FILM E ALTRI SCHERMI.

A.5. TV E CINEMA.

A.5.1 Soggetto singolo.

175 euro + IVA

A.5.2 Campagna multisoggetto.

350 euro + IVA

A.6. ALTRI SCHERMI.

A.6.1 Soggetto singolo.

150 euro + IVA

A.6.2 Campagna multisoggetto.

350 euro + IVA

RADIO.

A.7. RADIO.

A.7.1 Soggetto singolo.

95 euro + IVA

A.7.2 Campagna multisoggetto.

280 euro + IVA

DESIGN.

B.1. BRAND IDENTITY.

B.1.1 Lavoro singolo senza video.

95 euro + IVA

B.1.2 Immagine coordinata senza video.

190 euro + IVA

B.1.3 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

B.1.4 Immagine coordinata con video.

280 euro + IVA

B.2. PACKAGING.

B.2.1 Lavoro singolo senza video.

95 euro + IVA

B.2.2 Serie coordinata senza video.

190 euro + IVA

B.2.3 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

B.2.4 Serie coordinata con video.

280 euro + IVA

B.3. BTL E GRAFICA EDITORIALE.

B.3.1 Lavoro singolo senza video.

95 euro + IVA

B.3.2 Campagna multisoggetto senza video.

190 euro + IVA

B.3.3 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

B.3.4 Campagna multisoggetto con video.

280 euro + IVA

B.4. TIPOGRAFIA.

B.4.1 Lavoro singolo senza video.

95 euro + IVA

B.4.2 Campagna multisoggetto senza video.

250 euro + IVA

B.4.3 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

B.4.4 Campagna multisoggetto con video.

280 euro + IVA

B.5. RETAIL E ENVIRONMENTAL DESIGN.

B.5.1 Lavoro singolo senza video.

95 euro + IVA

B.5.2 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

PROMO & ACTIVATION.

C.1. CLASSIC MEDIA.

C.1.1 Campagna multimedia led by classic media.

280 euro + IVA

C.1.2 Singolo media senza video.

95 euro + IVA

C.1.3 Singolo media con video.

150 euro + IVA

C.2. DIGITAL MEDIA.

C.2.1 Campagna multimedia led by digital media.

280 euro + IVA

C.2.2 Singolo media senza video

95 euro + IVA

C.2.3 Singolo media con video.

150 euro + IVA

C.3. OTHER MEDIA.

C.3.1 Campagna multimedia led by other media.

280 euro + IVA

C.3.2 Singolo media senza video.

95 euro + IVA

C.3.3 Singolo media con video.

150 euro + IVA

CYBER.

D.1. DIGITAL INTEGRATED CAMPAIGN.

D.1.1 Campagna.

280 euro + IVA

D.2. DISPLAY ADVERTISING, BANNER, CAMPAGNE WEB.

D.2.1 Lavoro singolo.

130 euro + IVA

D.2.2 Campagna multisoggetto.

300 euro + IVA

D.3. SITI WEB.

D.3.1 Lavoro singolo.

130 euro + IVA

D.4. INTERFACE DESIGN.

D.4.1 Lavoro singolo senza video.

130 euro + IVA

D.4.2 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

D.5. APPS, GAME E MOBILE.

D.5.1 Lavoro singolo senza video.

130 euro + IVA

D.5.2 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

D.6. SOCIAL MEDIA.

D.6.1 Lavoro singolo.

130 euro + IVA

D.7. VIRAL.

D.7.1 Lavoro singolo.

130 euro + IVA

D.7.2 Campagna multisoggetto.

300 euro + IVA

SOCIALE.

E.1. SOCIALE. CLASSIC MEDIA.

E.1.1 Soggetto singolo per un mezzo.

85 euro + IVA

E.1.2 Campagna multisoggetto per mezzo.

160 euro + IVA

E.2. SOCIALE. OTHER MEDIA.

E.2.1 Soggetto singolo per un mezzo.

85 euro + IVA

E.2.2 Campagna multisoggetto per mezzo.

160 euro + IVA

E.3. SOCIALE. DIGITAL.

E.3.1 Soggetto singolo per un mezzo.

85 euro + IVA

E.3.2 Campagna multisoggetto per mezzo.

160 euro + IVA

E.4. SOCIALE. COMUNICAZIONE INTEGRATA E PROGETTI MIXED MEDIA.

E.4.1 Campagna.

280 euro + IVA

STUDENTI.

F.1. STUDENTI.

F.1.1 Campagna singola o multisoggetto.

20 euro + IVA

CRAFT.

G.1. FOTOGRAFIA.

G.1.1 Lavoro singolo senza video.

95 euro + IVA

G.1.2 Campagna multisoggetto senza video.

280 euro + IVA

G.1.3 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

G.1.4 Campagna multisoggetto con video.

300 euro + IVA

G.2. ILLUSTRAZIONE.

G.2.1 Lavoro singolo senza video.

95 euro + IVA

G.2.2 Campagna multisoggetto senza video.

280 euro + IVA

G.2.3 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

G.2.4 Campagna multisoggetto con video.

300 euro + IVA

G.3. REGIA E ANIMAZIONE.

G.3.1 Film - Lavoro singolo.

175 euro + IVA

G.3.2 Film - Campagna multisoggetto.

350 euro + IVA

G.3.3 Radio - Lavoro singolo.

95 euro + IVA

G.3.4 Radio - Campagna multisoggetto.

280 euro + IVA

G.4. COPYWRITING.

G.4.0 Lavoro singolo tranne Film, Radio e Digital senza video.

95 euro + IVA

G.4.1 Campagna multisoggetto (vedi sopra) senza video.

280 euro + IVA

G.4.2 Lavoro singolo con video (vedi sopra).

160 euro + IVA

G.4.3 Campagna multisoggetto con video (vedi sopra).

300 euro + IVA

G.4.4 Lavoro singolo Radio.

95 euro + IVA

G.4.5 Campagna multisoggetto Radio.

280 euro + IVA

G.4.6 Lavoro singolo Film

175 euro + IVA

G.4.7 Campagna multisoggetto Film.

350 euro + IVA

G.4.8 Lavoro singolo Digital.

95 euro + IVA

G.4.9 Campagna multisoggetto Digital.

280 euro + IVA

G.5. ART DIRECTION.

G.5.1 Lavoro singolo senza video..

95 euro + IVA

G.5.2 Campagna multisoggetto senza video.

280 euro + IVA

G.5.3 Lavoro singolo con video.

160 euro + IVA

G.5.4 Campagna multisoggetto con video.

300 euro + IVA

G.5.5 Lavoro singolo Siti Web senza video.

150 euro + IVA

G.5.6 Campagna multisoggetto Siti Web senza video.

300 euro + IVA

G.5.7 Lavoro singolo Siti Web con video.

160 euro + IVA

G.5.8 Campagna multisoggetto Siti Web con video.

350 euro + IVA

DIRECT.

H.1 CLASSIC MEDIA.

H.1.1 Campagna multimedia led by classic media.

280 euro + IVA

H.1.2 Singolo media senza video.

95 euro + IVA

H.1.3 Singolo media con video.

150 euro + IVA

H.2 DIGITAL MEDIA.

H.2.1 Campagna multimedia led by digital media.

280 euro + IVA

H.2.2 Singolo media senza video.

95 euro + IVA

H.2.3 Singolo media con video.

150 euro + IVA

H.3 OTHER MEDIA.

H.3.1 Campagna multimedia led by other media.

280 euro + IVA

H.3.2 Singolo media senza video.

95 euro + IVA

H.3.3 Singolo media con video.

150 euro + IVA

PR.

L.1 PR.

L.1.1 Campagna con video.

280 euro + IVA

BRANDED CONTENT.

M.1 BRANDED.

M.1.1 Campagna singola senza video.

115 euro + IVA

M.1.2 Campagna singola con video.

175 euro + IVA

11. SPECIFICHE PER L'ISCRIZIONE.

ATTENZIONE:

I moduli di iscrizione devono essere compilati ONLINE, sul sito 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 e firmati dal responsabile creativo o della società. Leggere attentamente le istruzioni relative alla categoria in cui intendete iscrivere i lavori. Per ogni lavoro/soggetto va compilato il modulo d'iscrizione. Se un lavoro/soggetto viene iscritto in due o più categorie occorre riempire i moduli di iscrizione relativi ad ogni categoria. È importante stampare anche il modulo riassuntivo dei lavori iscritti in quanto riporta i dati fiscali necessari per la fatturazione.

SPEDIZIONE DELLE SCHEDE

Riunite tutte le schede stampate, firmatele, allegare il modulo riassuntivo dei lavori iscritti nonché l'assegno o la fotocopia del bonifico

bancario per le spese d'iscrizione e spedite a ADCI Servizi srl.

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, f. 1886 - Via C. Battisti, 11 - 20122 Milano
c/c 100000004922 - ABI: 03069 - CAB: 09483 - CIN: D
IBAN: IT83D0306909483100000004922
BIC: BCITITMMXXX

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>

12. TUTORIAL.

Per iscriverne 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/MPEG4);
- ▶ protocollare il modulo (il numero di protocollo deve essere riportato sul materiale che invierete ad ADCI);
- ▶ stampare e firmare il modulo;
- ▶ stampare la scheda riassuntiva dei lavori;
- ▶ 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;
- ▶ allegate uno o più jpg a 72dpi;
- ▶ confermate l'iscrizione (otterrete il numero di protocollo);
- ▶ stampate la scheda e firmatela.

Per l'iscrizione di un lavoro RADIO:

- ▶ compilate il modulo di iscrizione;
- ▶ allegate uno o più file mp3;
- ▶ confermate l'iscrizione (otterrete il numero di protocollo);
- ▶ stampate la scheda e firmatela;
- ▶ compilare il riquadro con lo script.

Per i FILM, invece:

- ▶ compilate il modulo di iscrizione;
- ▶ allegate uno o più file mpeg4. Inoltre dovete inviare un unico

file JPG contenente le 6 immagini dei frame composti in un'unica immagine con dimensione maggiore pari a 1024 pixel;

- ▶ confermate l'iscrizione (otterrete il numero di protocollo);
- ▶ stampate la scheda e firmatela

Per tutte le altre categorie fare riferimento a queste tre (STAMPA, RADIO e FILM). E cioè se sono richiesti dei JPG seguite le istruzioni della categoria STAMPA, se invece sono richiesti file video (come per le case histories) seguite le istruzioni della categoria FILM.

Importante: una volta che avete pronte tutte le schede, stampatele, unite il modulo riassuntivo dei lavori iscritti ed inviatele all'ADCI, unitamente all'assegno o alla fotocopia del bonifico.

13. 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 iscriverne 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, anche quest'anno 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?

Grazie a un accordo con Nielsen 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 da alzate di mano a cui seguirà una discussione. 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. Ma 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 sua agenzia deve essere escluso dalla giuria. Il lavoro viene nuovamente sottoposto a votazione oppure, se la giuria non può riunirsi, la decisione viene demandata al Consiglio Direttivo. La decisione del Consiglio Direttivo è inappellabile e definitiva.

CHE TIPO DI FORMATI VIDEO DEVO MANDARE?

MPEG4. Formato 4:3 640x512 pixel PAL.
Formato 16:9 640x360 pixel PAL.

LE CASE HISTORIES DEVONO DURARE PER FORZA 2 MINUTI?

Sì. Se durano di più il sistema non le accetta. Funziona così anche per i premi più importanti al mondo, come il Cannes Lions. Se la vostra case histories dura più di due minuti dovete ridurla. Non potete mandarla per mail o in altri modi.

PERCHÉ IL SISTEMA NON ACCETTA UN VIDEO CHE STO CERCANDO DI CARICARE?

Perché non hai rispettato una dei due requisiti precedenti: formato o durata.

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 on line 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/mpeg4) 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 NUMERO SOGGETTI, TITOLI SOGGETTI, ALLEGATI (jpg/mp3/ mpeg4) non sono conformi a quanto richiesto.

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.

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. 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.



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