



LOYALTY AWARDS

BANDO

ANNUAL DELLA CREATIVITÀ

16^a EDIZIONE

Un anno di Campagne 2017

LOYALTY AWARDS 2018

1^a EDIZIONE

INDICE

L'INIZIATIVA.....	3
REQUISITI DI AMMISSIONE	4
MODALITÀ DI ISCRIZIONE, MATERIALI E TERMINI	4
TERMINI DI ISCRIZIONE.....	6
GIURIA	6
CINQUE PREMI PER AREE DI ISCRIZIONE	7
1°, 2°, 3° ASSOLUTI.....	7
CRITERI DI VOTAZIONE DELLE AREE.....	8
setTE PREMI PER tipologia.....	8
CRITERI DI VOTAZIONE DELLE TIPOLOGIE	8
MODALITÀ DI VOTAZIONE PER AREE E TIPOLOGIE	9
PREMIO SPECIALE BEST LOYALTY AGENCY	10
QUOTA DI PARTECIPAZIONE ANNUAL DELLA CREATIVITÀ /NC AWARDS-LOYALTY AWARDS.....	11
LISTINO DUPLICATI - TROFEI E TARGHE	12
CONTATTI.....	12

L'INIZIATIVA



In mercati maturi e sempre più competitivi la crescita del fatturato delle aziende si sviluppa grazie anche alla fidelizzazione dei clienti acquisiti e all'acquisizione di quelli appartenenti alla concorrenza. In questo contesto gli investimenti in programmi di loyalty da parte delle imprese diventano sempre più cospicui. Programmi che non possono esulare da una corretta ed efficace comunicazione. In linea con l'evoluzione del mercato gli NC Awards lanciano un nuovo premio dedicato, appunto, ai progetti di loyalty e di reward più innovativi anche dal punto di vista tecnologico.

Progetti che mirano ad instaurare tra il brand e i clienti un rapporto continuo e duraturo, e che generino coinvolgimento e partecipazione prima, durante e dopo l'acquisto. Il premio si divide in due sezioni: **macro aree merceologiche** (food retail, non food retail, servizi finanziari, viaggi, telecomunicazioni) e **tipologie** (utilizzo della tecnologia, progetto di customer relationship management, progetto di gamification, progetto mobile, progetto omnichannel, progetto di corporate social responsibility, altre tipologie).

Le campagne vincitrici saranno selezionate dalla prestigiosa giuria formata dalle circa quaranta aziende che si esprimeranno sul **valore creativo e il grado di innovazione** dei progetti presentati, sulla loro **capacità di engagement del target di riferimento** e sui **risultati conseguiti**.

Obiettivo del premio è quello di valorizzare le best practice espresse sulle diverse piattaforme di dialogo con i clienti/consumatori.

Tutti i progetti verranno pubblicati sull'**Annual della Creatività**, in versione cartacea, che sarà distribuito nel corso della cerimonia di premiazione degli NC Awards.

REQUISITI DI AMMISSIONE

La **partecipazione ai Loyalty Awards è subordinata all'iscrizione** delle campagne all'**Annual della Creatività**, che costituisce un punto di riferimento e una fonte ineguagliabile per comprendere il livello di creatività espresso dalle aziende e dalle agenzie in Italia, mettendo in evidenza le iniziative di comunicazione e di relazione con i clienti/consumatori più significative del 2017.

Il concorso è aperto ad aziende, agenzie, e strutture che a vario titolo si occupano di loyalty e crm, che abbiano realizzato campagne/progetti on air in una data compresa tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2017.

Le campagne vengono giudicate e premiate nella loro completezza in termini di ideazione, esecuzione e pianificazione a prescindere dal ruolo svolto dalla struttura che le iscrive.

Durante la cerimonia di premiazione il trofeo sarà consegnato a chi ha iscritto la campagna.

MODALITÀ DI ISCRIZIONE, MATERIALI E TERMINI

L'iscrizione all'Annual della Creatività dà automaticamente diritto alla partecipazione ai **Loyalty Awards**.

Per partecipare è necessario registrarsi sul sito loyalty.adcgroup.it, compilare il form online ed eseguire il caricamento dei materiali richiesti per ogni campagna iscritta.

La presentazione del materiale¹ relativo alle campagne iscritte rappresenta sicuramente la parte più importante nel processo di iscrizione al concorso. La qualità del materiale è fondamentale e anch'essa oggetto di valutazione da parte della giuria.

I materiali richiesti sono sia per la compilazione della scheda progetto sull'Annual della Creatività sia per la partecipazione al Premio Loyalty Awards.

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

¹ Con la partecipazione al Premio Loyalty Awards, il partecipante dichiara e garantisce:

- che il materiale inviato (di seguito Materiale) è di sua esclusiva proprietà, non è contrario a norme di legge, non esistono diritti di terzi (diritti di proprietà intellettuale, diritti morali o diritti di tutela dei dati personali di terzi) che comunque si oppongono alla trasmissione ed alla pubblicazione del Materiale ed alla piena e libera utilizzazione e disposizione dello stesso per le finalità strettamente connesse al concorso;
- di avere preventivamente ottenuto - anche ai sensi e per gli effetti delle disposizioni di cui al d.lgs. 196/03 - tutti i consensi e le liberatorie previsti dalle vigenti disposizioni normative in ordine all'utilizzo ed alla pubblicazione del Materiale e che pertanto né il Materiale né la relativa pubblicazione da parte di ADC Group comporterà la violazione di diritti di terzi;
- di essere consapevole che mediante l'invio del Materiale e mediante l'accettazione delle presenti condizioni e termini di partecipazione concede ad ADC Group il diritto di utilizzare e pubblicare il Materiale trasmesso per le finalità strettamente connesse al Concorso;
- che la responsabilità per la pubblicazione del Materiale, ancorché accettato e moderato per la pubblicazione da parte di ADC Group è e rimane a suo esclusivo carico.

Ogni progetto iscritto ha diritto a una pagina sull'Annual della Creatività.

Nella pagina saranno presenti il logo della struttura che iscrive, il logo del cliente (o dell'agenzia), le immagini del progetto, il testo descrittivo e i credits caricati in fase di iscrizione.

Per ogni pagina dell'Annual dedicata alla campagna iscritta si dovranno caricare:

- N.1 **Logo della società organizzatrice** in alta definizione (jpeg/pdf/tiff/eps - alta risoluzione/300dpi)
- N.1 **Logo della società cliente** in alta definizione (jpeg/pdf/tiff/eps - alta risoluzione/300dpi)
- fino a **3 immagini/soggetti della campagna** nei seguenti formati: **jpeg/pdf/tiff** (alta risoluzione/300dpi, base di almeno 10 cm)

NB: In **alternativa** a queste ultime, è possibile fornire **un unico "board"** da voi composto contenente anche più immagini (jpeg/pdf/tiff – alta risoluzione/300dpi, **base di almeno 20 cm, altezza massima 10 cm**)

Nel caso in cui si desiderino più pagine per sviluppare più estesamente la descrizione del progetto o per arricchire il materiale iconografico, bisognerà procedere all'acquisto secondo listino presente sul Bando 2018.

ATTENZIONE: nel caso in cui la campagna sia **iscritta in un'Area e/o in più Tipologie**, per ciascuna di queste è prevista la **possibilità di acquisto di pagine supplementari**: si dovrà quindi caricare sulla piattaforma, nell'area apposita, il materiale fotografico necessario alla realizzazione di ogni ulteriore pagina secondo le linee guida già indicate sopra (scegliendo fra 3 immagini o un unico board – mentre non sarà invece necessario caricare nuovamente i loghi dell'azienda e del cliente).

NB: per le pagine aggiuntive sarà necessario caricare fin dall'inizio sulla piattaforma i testi descrittivi e i credits specifici per tali tipologie.

Materiale per sezione "I protagonisti" sull'Annual della Creatività

All'interno dell'Annual della Creatività è prevista una sezione dove comparirà una breve intervista per ciascuna struttura partecipante, indipendentemente dal numero di campagne da essa iscritte.

Sulla piattaforma di iscrizione (loyalty.adcgroup.it) dovranno essere caricati:

- La risposta alla domanda presente sulla piattaforma (massimo 750 battute, spazi inclusi)
- La foto di chi risponde (Direttore Creativo, Amministratore Delegato, ecc – jpeg/tiff/pdf in alta risoluzione/300dpi).

Materiale per partecipazione al Concorso Loyalty Awards

Per la partecipazione al concorso è necessario inviare obbligatoriamente quanto segue:

- VIDEO RIASSUNTIVO/RAPPRESENTATIVO del progetto iscritto
Formato MP4, L1920px, H1080px (max 100MB)
Il video riassuntivo dovrà avere una **durata massima di 3 minuti** (tassativo).
Nel caso in cui il video risultasse più lungo, verrà tagliato dalla segreteria organizzativa.

Nel caso in cui non fosse disponibile materiale per produrre il suddetto video, si potrà ovviare creando un **power point/slideshow** contenente il materiale relativo alla campagna, convertito in formato video e della durata massima di 3 minuti.

IMPORTANTE: in caso di vittoria (primi posti) verrà successivamente richiesto un video della durata massima di 30" che verrà mostrato durante la cerimonia di premiazione.

TERMINI DI ISCRIZIONE

L'iscrizione della campagna dovrà essere effettuata entro e non oltre il 23 FEBBRAIO 2018, termine ultimo anche per l'invio dei materiali a supporto dei progetti iscritti.

Il materiale pervenuto oltre la suddetta data non verrà preso in considerazione ai fini del concorso.

GIURIA

La **giuria** è composta da circa 40 tra manager di azienda, responsabili comunicazione e CRM e rappresentanti delle associazioni più autorevoli del settore, scelti dagli organizzatori del premio in base alla propria esperienza nel settore della comunicazione. Ogni anno viene eletto un presidente di giuria, che guiderà i lavori dei giurati.

I giurati votano i progetti in gara valutandoli esclusivamente sulla base dei materiali iscritti e delle live presentations in sessione plenaria, nel rispetto della trasparenza e dei criteri di valutazione stabiliti dal Premio.

I giurati provenienti da realtà aziendali non possono votare i progetti commissionati dall'azienda per cui lavorano. I giurati provenienti da associazioni di settore e allo stesso tempo da agenzie di comunicazione non possono votare i progetti firmati dalla propria agenzia.

I giurati non possono votare le campagne appartenenti allo stesso settore merceologico dell'azienda per cui lavorano.

La giuria affronta due fasi di valutazione: la votazione online e la sessione plenaria.

CINQUE PREMI PER AREE DI ISCRIZIONE

I progetti possono essere iscritti in una delle **cinque diverse Macro Aree Merceologiche** che animano il concorso, e in ognuna verrà assegnato il Primo, Secondo e Terzo premio:

- **MIGLIORE PROGRAMMA DI LOYALTY-FOOD RETAIL**
- **MIGLIORE PROGRAMMA DI LOYALTY-NON FOOD RETAIL**
- **MIGLIORE PROGRAMMA DI LOYALTY-SERVIZI FINANZIARI**
- **MIGLIORE PROGRAMMA DI LOYALTY-VIAGGI**
- **MIGLIORE PROGRAMMA DI LOYALTY-TELECOMUNICAZIONI**

1°, 2°, 3° ASSOLUTI

Tra tutte le campagne partecipanti alle diverse Aree, la giuria assegnerà il Primo, Secondo e Terzo premio Assoluto.

CRITERI DI VOTAZIONE DELLE AREE

Ogni campagna verrà giudicata, idealmente, secondo **quattro criteri di eccellenza qualitativa**:

Best Insight (creatività, grado di innovazione del progetto, consumer benefit proposto)

Best Customer Experience and Execution (coinvolgimento coerente col target di riferimento, qualità della meccanica proposta e della comunicazione a supporto del progetto)

Best Omnichannel Approach (utilizzo in maniera efficace dei diversi canali per parlare al consumatore)

Best Data management and performance (capacità nell'analisi dei dati e risultati conseguiti)

SETTE PREMI PER TIPOLOGIA

I progetti possono essere iscritti in una o più delle **sette diverse Tipologie** che animano il concorso, e in ognuna verrà assegnato il Primo, Secondo e Terzo Premio:

- **MIGLIORE UTILIZZO DELLA TECNOLOGIA**
- **MIGLIORE PROGETTO DI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)**
- **MIGLIORE PROGETTO DI GAMIFICATION**
- **MIGLIORE PROGETTO MOBILE**
- **MIGLIORE PROGETTO OMNICHANNEL**
- **MIGLIORE PROGETTO DI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**
- **ALTRE TIPOLOGIE (Short Collection, Digital Contest, Member get Member, Instant Win)**

CRITERI DI VOTAZIONE DELLE TIPOLOGIE

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

MODALITÀ DI VOTAZIONE PER AREE E TIPOLOGIE

FASE 1 – votazione online

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

Contestualmente, i giurati selezioneranno le campagne finaliste delle Aree e Tipologie che entreranno in una shortlist per essere poi votate *ex novo* in seduta plenaria.

FASE 2 – Sessione plenaria e live presentations

Le **campagne** che concorrono per i **Loyalty Awards** che supereranno la selezione iniziale ed entreranno quindi nella shortlist di ciascuna Area e Tipologia potranno essere presentate alla giuria, riunita in sessione plenaria, direttamente da un esponente della struttura che ha iscritto il progetto: direttori creativi, planner, responsabili di agenzia, ecc.. Le presentazioni saranno aperte al pubblico degli addetti ai lavori.

La presentazione dal vivo alla giuria prevede un tempo massimo di 10 minuti per ciascun progetto, durante il quale sarà proiettato il video inviato in fase di iscrizione e infine lasciata la possibilità al concorrente di aggiungere informazioni e rispondere a eventuali domande della giuria. I dettagli circa le modalità di presentazione verranno comunicati per tempo.

La giuria potrà decidere di non assegnare premi in una o più Aree e tipologie qualora non giudichi meritevoli i lavori iscritti, così come si riserva la facoltà di assegnare il premio a più candidati *ex aequo*.

Il giudizio e le decisioni che la giuria prenderà sono insindacabili. Alla giuria è riservato il diritto di raggruppare, cambiare o aggiungere nuove categorie.

PREMIO SPECIALE BEST LOYALTY AGENCY

Non è possibile iscriversi al premio speciale, in quanto assegnato sulla base del punteggio complessivo accumulato dalle strutture partecipanti grazie ai piazzamenti (1°, 2°, 3° assoluti, per Area e per Tipologia) ottenuti dai propri progetti iscritti.

Il punteggio sarà calcolato tenendo conto solo del piazzamento più alto ottenuto da ciascun progetto iscritto dalle strutture in gara.

Ad ogni campagna sul podio di ciascuna **Macro Area Merceologica** e di ciascuna **Tipologia**, nonché alle campagne sul podio come **1°, 2° e 3° posto assoluti**, verranno assegnati dei punti (secondo lo schema che segue), che permetteranno di conseguenza di definire il premio speciale.

	1° PREMIO	2° PREMIO	3° PREMIO
Punteggio attribuito ai premi di MACRO AREA MERCEOLOGICA	5 PUNTI	2 PUNTI	1 PUNTO
Punteggio attribuito alle campagne per ciascuna TIPOLOGIA	5 PUNTI	2 PUNTI	1 PUNTO
Punteggio attribuito AI VINCITORI ASSOLUTI	10 PUNTI	4 PUNTI	2 PUNTI

QUOTA DI PARTECIPAZIONE ANNUAL DELLA CREATIVITÀ / NC AWARDS-LOYALTY AWARDS

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

Ogni scheda dell'Annual conterrà la presentazione della campagna (iscritta per Macro Area Merceologica o per Tipologia).

1 campagna / 1 pagina / partecipazione al concorso Loyalty Awards

Costo netto	1.100,00 € + IVA / pagina
-------------	---------------------------

2 campagne / 2 pagine / partecipazione al concorso Loyalty Awards

Costo netto	2.000,00 € + IVA
-------------	------------------

3 campagne / 3 pagine / partecipazione al concorso Loyalty Awards

Costo netto	2.900,00 € + IVA
-------------	------------------

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

Costo netto	800,00 € + IVA / pagina
-------------	-------------------------

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

Costo netto	900,00 € + IVA
-------------	----------------

Per ogni tipologia aggiuntiva/pagina aggiuntiva oltre la terza / partecipazione al concorso Loyalty Awards

Costo netto	800,00 € + IVA / pagina
-------------	-------------------------

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

Costo netto	350,00 € + IVA cad
-------------	--------------------

Il pagamento deve essere effettuato, previo invio di apposita copia commissione da parte dell'account manager di riferimento, entro il **28 FEBBRAIO 2018**.

ATTENZIONE: al vaglio della giuria verranno sottoposte solo le campagne iscritte dalle strutture che avranno effettuato il pagamento entro il 28 febbraio 2018.

Dati Bancari**Intestatario:** ADC Group Srl**Bank:** Banca Intesa San Paolo**IBAN:** IT59 P030 6909 4571 0000 0005 772**BIC:** (Swift) BCITITMM**Causale:** Annual della creatività (Loyalty Awards + numero di campagne iscritte + nome della struttura)

LISTINO DUPLICATI - TROFEI E TARGHE

TROFEI - PRIMI CLASSIFICATI

1 TROFEO 400,00 € + IVA 22%

2 TROFEI 650,00 € + IVA 22%

3 TROFEI 900,00 € + IVA 22%

DAL QUARTO IN POI 250,00 + IVA 22% CAD

TARGHE – SECONDI/TERZI CLASSIFICATI

1 TARGA 150,00 € + IVA 22%

2 TARGHE 250,00 € + IVA 22%

3 TARGHE 350,00 € + IVA 22%

DALLA QUARTA IN POI 100,00 + IVA 22% CAD

CONTATTI

Per informazioni di carattere commerciale contattarecommerciale@adcgroup.it**Oppure contatta il tuo Account di riferimento:****Maria Cristina Concari**Mail: cristina.concari@adcgroup.it

Tel: 346 0472506

Andrea GervasiMail: andrea.gervasi@adcgroup.it

Tel: 346 8638956

Paola Morello

Mail: paola.morello@adcgroup.it

Tel: 347 3228570

Andrea Parmigiani

Mail: andrea.parmigiani@adcgroup.it

Tel: 340 6211730

Elisabetta Zarone

Mail: elisabetta.zarone@adcgroup.it

Tel: 339 8030432

Franco Trerotola

Mail: franco.trerotola@adcgroup.it

Tel: 338 8285070

Per informazioni sulle modalità di iscrizione e per assistenza contattare:

Divisione Eventi

Chiara Pozzoli

mail: chiara.pozzoli@adcgroup.it

Tel: 02 49470099

Ilaria Scapolo

Mail: ilaria.scapolo@adcgroup.it

Tel: 02 49766312