



**BANDO**

**ANNUAL DELLA CREATIVITÀ**

**16<sup>a</sup> EDIZIONE**

*Un anno di Campagne 2017*

**NC AWARDS 2018**

**12<sup>a</sup> EDIZIONE**

*La migliore creatività della Nuova Comunicazione*

## INDICE

L'INIZIATIVA .....	3
REQUISITI DI AMMISSIONE .....	4
MODALITÀ DI ISCRIZIONE, MATERIALI E TERMINI .....	5
AREE DI ISCRIZIONE .....	8
GIURIA, CRITERI E MODALITÀ DI VOTAZIONE.....	10
PREMI PER AREA .....	11
PREMI SPECIALI .....	13
PREMI DELL'EDITORE .....	14
QUOTA DI PARTECIPAZIONE ANNUAL DELLA CREATIVITÀ /NC AWARDS.....	15
LISTINO DUPLICATI - TROFEI E TARGHE.....	17
CONTATTI .....	18
ALLEGATO - CATEGORIE MERCEOLOGICHE.....	19

## L'INIZIATIVA

Dopo il successo dell'edizione 2017, con **241** campagne in gara iscritte da **59** tra Agenzie, Centri Media, Case di Produzione, Aziende e Concessionarie, torna quest'anno l'iniziativa congiunta **Annual della Creatività / NC Awards**, le iniziative di ADC Group dedicate alla comunicazione integrata e olistica made in Italy.



Obiettivo della rassegna creativa e del Premio è quello di rappresentare e stimolare lo sviluppo qualitativo dell'industria della comunicazione nelle sue espressioni più originali, innovative e multidisciplinari. L'Annual della Creatività, in versione cartacea, sarà distribuito nel corso della cerimonia di premiazione degli NC Awards.

## REQUISITI DI AMMISSIONE

La **partecipazione** agli NC Awards, giunti quest'anno alla dodicesima edizione, 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 più significative del 2017.

**Il concorso è aperto ad aziende, agenzie, centri media, case di produzione e concessionarie 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 agli NC Awards.

Per partecipare è necessario registrarsi sul sito <http://giuria.ncawards.it/> compilare il form online ed eseguire il caricamento dei materiali richiesti per ogni campagna iscritta.

La presentazione del materiale<sup>1</sup> 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 NC Awards.

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

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)

<sup>1</sup> Con la partecipazione al Premio Nc 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.

- 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 più di una tipologia**, per ciascuna di queste è prevista la **possibilità di acquisto di pagine supplementari**: si dovrà quindi caricare immediatamente 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 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 NC 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.

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

## AREE DI ISCRIZIONE

I progetti possono essere iscritti in una o più delle **cinque diverse aree** che animano il concorso:

**AREA COMUNICAZIONE OLISTICA.** In quest'area concorrono le campagne che hanno avuto uno svolgimento integrato sui diversi media e canali, siano essi tradizionali, digitali o innovativi. Per concorrere in questa categoria, le campagne dovranno quindi essere iscritte in **almeno due tipologie appartenenti ad almeno due diverse aree** tra quelle che animano il concorso: Tradizionale; Interattiva/Digitale; Media Innovativi e Concept Design.

**AREA TRADIZIONALE:** Brand Identity, Campagna Esterna (Out of Home), Campagna Radio, Campagna Stampa (Quotidiana/Periodica), Campagna Televisiva/Cinema, Packaging & Design, Sponsorizzazione.

**AREA INTERATTIVA / DIGITALE:** Campagna di Comunicazione Online (siti corporate e micrositi creati ad hoc per comunicare una particolare iniziativa), Campagna Advertising Online (banner, sponsorizzazioni, bottoni, interstitial, ecc.), Campagna Relazioni Pubbliche, Evento, Progetto di Promozione, Comunicazione sui Social Media, Progetto Direct/Marketing Relazionale.

**AREA MEDIA INNOVATIVI:** Ambient Media (campagne mostrate su video diversi da tv, cinema o internet. Ad esempio schermi digital outdoor, film mostrati durante una conferenza o un evento sportivo, ecc.), Comunicazione sul Punto Vendita/Shopper Marketing, Guerrilla Marketing, Viral/Mobile Marketing, Concept Design (progetti Hotel, Office, Retail).

**AREA VIDEO STRATEGY:** In quest'area concorrono le strategie di comunicazione dirette a target specifici e basate sull'utilizzo integrato di diversi canali video.

**Attenzione!** L'iscrizione di una campagna nell'area Comunicazione Olistica esclude la partecipazione nelle singole tipologie dove, invece, è possibile partecipare pagando un fee aggiuntivo come da listino.

In fase di iscrizione, inoltre, le campagne saranno suddivise per categoria merceologica di appartenenza del soggetto presentato.



## CATEGORIE MERCEOLOGICHE <sup>2</sup>

- Abbigliamento e Accessori
- Alimentari/Dolciumi e Merendine
- Apparecchi Elettronici e Audio/Video
- Auto e Altri Veicoli
- Bagno/Pulizia Casa/Prodotti Farmaceutici/Cosmesi
- Banche e Assicurazioni
- Bevande Alcoliche e Analcoliche
- Casa Arredamenti e Accessori
- Distribuzione e Ristorazione
- Editoria e Media
- Non Profit/Sociale e CSR
- Servizi di Interesse Pubblico
- Telecomunicazioni
- Varie
- Viaggi e Trasporti/Intrattenimento e Tempo Libero

Tutte le campagne che avranno superato la fase di verifica di completezza dei materiali caricati sul sito <http://giuria.ncawards.it/>, saranno valutate dalla **Giuria del Premio**.

---

<sup>2</sup>Vedi ALLEGATO per ulteriori specifiche sulle categorie merceologiche.

## GIURIA, CRITERI E MODALITÀ DI VOTAZIONE

La **giuria** è composta da circa 30 tra manager di azienda, responsabili pubblicità e comunicazione 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.

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

**Best Insight** (idea creativa)

**Best Media Strategy** (approccio multimedia)

**Best Execution** (qualità della realizzazione)

**Best Consumer Engagement** (coinvolgimento del target)

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.

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

### FASE 1 – Votazione online

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

**Nella sessione di giuria online verranno decretati i vincitori delle diverse tipologie appartenenti all'area Tradizionale, Interattiva/Digitale, Media Innovativi e Concept Design.**

Contestualmente, i giurati selezioneranno le campagne finaliste dell'Area Comunicazione Olistica, che entreranno in una shortlist per essere poi votate *ex novo* in seduta plenaria.

### FASE 2 – Sessione plenaria e live presentations

Le **campagne olistiche** che supereranno la selezione iniziale ed entreranno quindi nella shortlist dell'Area Comunicazione Olistica 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 categorie 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.**

## PREMI PER AREA

### AREA COMUNICAZIONE OLISTICA

Per ogni categoria merceologica in cui risultano iscritte le campagne dell'Area Comunicazione Olistica sarà assegnato un premio ai migliori progetti.

Alla campagna che avrà ottenuto il punteggio più alto fra quelle iscritte in tutte le categorie merceologiche dell'Area Comunicazione Olistica verrà assegnato il premio **BEST HOLISTIC CAMPAIGN**.

### AREA TRADIZIONALE

#### Tipologie:

- Migliore Brand Identity
- Migliore Campagna Esterna (Out of home)
- Migliore Campagna Radio
- Migliore Campagna Stampa (Quotidiana/Periodica)
- Migliore Campagna Televisiva/Cinema
- Migliore Packaging & Design
- Migliore Sponsorizzazione

## AREA INTERATTIVA/DIGITALE

### Tipologie:

- Migliore Campagna di Comunicazione online (siti corporate e microsite creati ad hoc per comunicare una particolare iniziativa)
- Migliore Campagna advertising online (banner, sponsorizzazioni, bottoni, interstitial, ecc.)
- Migliore Campagna Relazioni Pubbliche
- Miglior Evento
- Migliore Progetto di Promozione
- Miglior Comunicazione sui Social Media
- Migliore Progetto Direct/Marketing Relazionale

## AREA MEDIA INNOVATIVI

### Tipologie:

- Migliore Ambient Media (campagne mostrate su video diversi da tv, cinema o internet. Ad esempio schermi digital outdoor, film mostrati durante una conferenza o un evento sportivo, ecc.)
- Migliore Comunicazione sul Punto vendita/Shopper Marketing
- Migliore Guerrilla Marketing
- Migliore Viral/Mobile Marketing
- Concept Design (progetti Hotel, Office, Retail)

## AREA VIDEO STRATEGY

- Miglior Campagna di Video Strategy

Ogni campagna iscritta in ciascuna delle tipologie delle aree Tradizionale, Interattiva/Digitale, Media Innovativi e Concept Design verrà valutata esprimendo un solo voto per la singola tipologia scelta.

## PREMI SPECIALI

Non è possibile iscriversi ai premi speciali, in quanto assegnati sulla base del punteggio complessivo accumulato dalle strutture partecipanti grazie ai piazzamenti (1°, 2°, 3° assoluti, per categoria merceologica e per tipologia) ottenuti dalle proprie campagne iscritte. Il punteggio sarà calcolato tenendo conto solo del piazzamento più alto ottenuto da ciascuna campagna iscritta dalle strutture in gara / firmata da creativo (per l'assegnazione del Premio Speciale Creativo dell'Anno).

### BEST HOLISTIC AGENCY

Premio assegnato all'agenzia che ha ottenuto il punteggio più alto con le campagne vincitrici nelle diverse tipologie e nelle categorie merceologiche dell'area Comunicazione Olistica.

### BEST HOLISTIC COMPANY

Premio assegnato all'azienda che ha ottenuto il punteggio più alto con le campagne vincitrici nelle diverse tipologie e nelle categorie merceologiche dell'area Comunicazione Olistica.

### BEST MEDIA AGENCY

Premio assegnato all'agenzia media che, iscrivendo i propri progetti, ha ottenuto il punteggio più alto con le campagne/progetti vincitori nelle diverse tipologie e nelle categorie merceologiche dell'area Comunicazione Olistica.

### BEST PRODUCTION COMPANY

Premio assegnato alla casa di produzione che, iscrivendo i propri progetti, ha ottenuto il punteggio più alto con le campagne/progetti vincitori nelle diverse tipologie e nelle categorie merceologiche dell'area Comunicazione Olistica.

### CREATIVO DELL'ANNO

Premio assegnato al direttore creativo che, con le proprie campagne iscritte, ha ottenuto il punteggio più alto.

## PREMI DELL'EDITORE

I premi dell'editore sono riconoscimenti assegnati dall'editore in accordo con la giuria a persone e strutture che si sono particolarmente distinte nel corso degli ultimi dodici mesi.

### AGENZIA EMERGENTE

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

### MANAGER DELL'ANNO

Premio assegnato al manager di agenzia o di azienda che si è distinto per meriti particolari nel corso del 2017.

### MEDIA PERSON OF THE YEAR

In uno scenario caratterizzato da una evoluzione per molti aspetti travolgente, il Premio Speciale Media Person of the Year intende riconoscere il valore delle persone che si sono distinte per capacità di visione, innovazione e gestione del cambiamento nella vasta area dei mezzi.

### AMBASCIATORE DELLA COMUNICAZIONE

Premio assegnato alla personalità che meglio ha saputo promuovere il valore culturale ed economico della comunicazione presso l'opinione pubblica e le istituzioni.

### MIGLIOR EFFETTO SPECIALE

Assegnato alla campagna che meglio ha saputo ricorrere ad effetti speciali senza che questi siano palesemente riconoscibili dagli spettatori.

### AGENZIA INDIPENDENTE

Premio assegnato all'agenzia indipendente che nel 2017 ha espresso la migliore performance nel mercato della comunicazione in termini di dinamismo, capacità di interpretare i cambiamenti in atto e new business.

### MEZZO DELL'ANNO

Assegnato al mezzo pubblicitario che si è particolarmente distinto nel corso del 2017 per qualità ed efficacia.

### MEZZO EMERGENTE

Assegnato al miglior mezzo pubblicitario emergente che si è particolarmente distinto per innovazione, risultati e velocità di crescita.

### PREMIO 'INNOVAZIONE NELLA COMUNICAZIONE'

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

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE ANNUAL DELLA CREATIVITÀ / NC AWARDS

Con l'iscrizione all'Annual della Creatività, la partecipazione agli **NC Awards** è automatica. Ogni scheda dell'Annual conterrà la presentazione della campagna.

1 campagna / 1 pagina / partecipazione al concorso NC Awards

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

2 campagne / 2 pagine / partecipazione al concorso NC Awards

**Costo netto** **2.000,00 € + IVA**

3 campagne / 3 pagine / partecipazione al concorso NC Awards

**Costo netto** **2.900,00 € + IVA**

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

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

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

**Costo netto** **900,00 € + IVA**

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

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

1 tipologia aggiuntiva / senza pagina aggiuntiva / partecipazione al concorso NC 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 + 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 E 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 contattare:

**e-mail:** [commerciale@adcgroup.it](mailto:commerciale@adcgroup.it)

**Tel:** +39 346 0472506

Per informazioni sulle modalità di iscrizione e per assistenza:

**Divisione Eventi ADC Group**

**Chiara Pozzoli**

mail: [chiara.pozzoli@adcgroup.it](mailto:chiara.pozzoli@adcgroup.it)

Tel: +39 02 49470099

## ALLEGATO - CATEGORIE MERCEOLOGICHE

### Abbigliamento e Accessori

Abbigliamento da giorno, da sera e da notte, biancheria intima, collant e calze, calzature, abbigliamento sportivo, tessuti per abbigliamento e materiali da cucito, gioielli, orologi, valigie, borse, cinture, moda & design, occhiali da sole e montature per occhiali.

### Alimentari/Dolciumi e Merendine

Carne, pesce, frutti di mare, zuppe, specialità gastronomiche, salumi, frutta e verdura, riso, pasta, pizza, salse, maionese, aceto, olio, spezie, erbe, pasti precotti e pronti, alimenti per bambini e latte in polvere, panna, burro, formaggio, uova, latte, margarina e spalmabili. Cioccolato, caramelle, gomme da masticare, patatine, snack, frutta secca e noccioline, barrette dolci e salate, torte, biscotti, cracker, zucchero, marmellata, miele, burro di arachidi, sciroppo, pane, fette biscottate, farina, ingredienti da forno, cereali da colazione, yogurt e yogurt da bere, dessert, gelati.

### Apparecchi Elettronici e Audio/Video

Televisori, lettori video, macchine fotografiche, videocamere, binocoli, cinema, hi-fi, stereo personale, lettori CD e minidisc, lettori MP3, computer, laptop, tablet, lettori DVD e Blu-ray, attrezzatura per il telefono personale incluso telefoni cellulari (Si prega di notare che i gestori di telefonia mobile devono essere iscritti nella categoria "Telecomunicazioni"), lavatrici, asciugatrici, lavastoviglie, frigor, freezer, forni, forni a microonde, elettrodomestici per cucinare, elettrodomestici da cucina.

### Auto e Altri Veicoli

Auto, jeep e 4 ruote motrici. Pick-up, camion, furgoni, moto, pneumatici, ricambi, accessori inclusi in-car hi-fi, GPS e altri sistemi di navigazione, stazioni di benzina, benzina, olio, aziende di servizi officine, concessionarie auto e concessionarie finanziarie e leasing.

### Bagno/Pulizia Casa/Prodotti Farmaceutici/Cosmesi

Detersivi per abbigliamento, ammorbidenti, detersivi per lavastoviglie, prodotti per la pulizia, deodoranti. Dentifrici, spazzolini da denti, collutori, carta igienica, assorbenti igienici e tamponi, fazzoletti, pannolini, prodotti per la rasatura e rasoi, spazzole per capelli, pettini, parrucche, depilazione, prodotti per Make-up, prodotti per la cura della pelle e delle unghie, profumi, eau de toilette e dopobarba, deodoranti e spray per il corpo, shampoo e balsami, lacche, prodotti di gel, mousse, tinture per capelli, sapone doccia e bagnoschiuma, creme solari e prodotti abbronzanti, asciugacapelli, piastre per capelli, bigodini. Farmaci OTC e compresse, farmaci, vitamine e prodotti di erboristeria, integratori alimentari e prodotti repellenti per insetti, cerotti, i rimedi della pelle, lozioni anti caduta per capelli, preservativi, test di gravidanza, altri prodotti farmaceutici, lenti a contatto, apparecchi acustici.

### **Banche e Assicurazioni**

Banche, società di costruzione, carte di credito, conti correnti e di risparmio, mutui e prestiti, società di investimento, piani di assicurazione personale, salute e costruzione, assicurazione auto, pensioni e piani di pensione, investimenti immobiliari, sviluppi immobiliari.

### **Bevande Alcoliche e Analcoliche**

Birra (incl. birra analcolica), sidro, birra, alcopops, vino, champagne, vini liquorosi, distillati, liquori. Succhi di frutta, bevande e caffè, tè, cioccolata e bevande di malto, distillate e gassate, succhi vegetali e di frutta, acque minerali, latte aromatizzato.

### **Casa Arredamenti e Accessori**

Arredo casa e giardino, bicchieri, biancheria da letto e da tavola, bagni, docce e servizi igienici, decorazione della casa e prodotti per l'edilizia, coperture per pareti e pavimenti, porte e finestre, termosifoni, condizionatori, lampade, torce, orologi, prodotti per la sicurezza a casa, rilevatori di fumo, strumenti, attrezzi da giardino.

### **Distribuzione e Ristorazione**

Grandi magazzini e negozi specializzati, negozi di abbigliamento e calzature, carte di negozio, supermercati, negozi di bricolage, farmacie, ottici, parrucchieri, saloni di bellezza, saloni di tatuaggio, servizio di lavanderia, agenzie immobiliari, foto-processori, negozi di TV, video e altro noleggio, mail-per le aziende e cataloghi, negozi online e aste. Ristoranti e bar, catene di fast food e negozi, caffetterie, negozi di caffè.

### **Editoria e Media**

Giornali, riviste, libri, dischi, CD, DVD, blu ray, stazioni radio e TV, reti e programmi, fornitori via cavo, TV satellitare e video on-demand.

### **Non Profit/Sociale e CSR**

Anti-fumo, anti-droga, anti guida in stato d'ebbrezza, sicurezza stradale, salute, igiene, presa di coscienza su Aids, dipendenza da gioco d'azzardo. Messaggi politici e religiosi, sindacati, associazioni, consapevolezza ambientale; reclutamento forze governative, istruzione pubblica, razziale, etnica e presa di coscienza della disabilità e uguaglianza fra i sessi. Beneficenza, fondi, volontari, sangue e donazione di organi.

### **Servizi di Interesse Pubblico**

Pagine Gialle, directory, servizi postali, società di energia elettrica, gas, energia e acqua, assistenza sanitaria privata & cliniche, scuole private e università, corsi per corrispondenza, pratiche private (ad esempio servizi legali, architettonici e paesaggistici), informatica, ict.

### **Telecomunicazioni**

Servizi di telecomunicazioni, gestori telefonici, fornitori di servizi Internet.

### **Varie**

Cibo per animali e prodotti per la cura degli animali, regali e biglietti di auguri, penne e prodotti di cancelleria personale, tabacco & prodotti associati, prodotti/servizi b2b (comprensivi di agenzie di recruitment, advertising, case di produzione), servizi per conferenze e eventi.

### **Viaggi e Trasporti/Intrattenimento e Tempo Libero**

Compagnie aeree, treni e autobus, traghetti e navi da crociera, agenzie di viaggi, enti turistici, alberghi, resort, promozione di città e paesi, noleggio auto, pass da viaggio. Club, parchi di divertimento e parchi tematici, palestre, salute e dieta, eventi sportivi, festival musicali, orchestre e strumenti, mostre e spettacoli, discoteche, bar, musei, gallerie d'arte, cinema e teatri, sport e attrezzature utilizzate all'aperto, biciclette, barche e roulotte, giocattoli, giochi da tavolo, giochi per computer e console (ad esempio PlayStation, Xbox, Wii, ecc), lotterie, gioco d'azzardo, Golf & Country, giocattoli sessuali, servizi di incontri, siti di social network (es. Facebook).