

17

Press, Outdoor & Promotion KeyAward



Per maggiori informazioni:

Astrid Fiorella
astrid.fiorella@mediakey.it
Tel. 02 52.20.37.33

Simona Dagnello
simona.dagnello@mediakey.it
Tel. 02 52.20.37.27

Simona Saccone
simona.saccone@mediakey.it
Tel. 02 52.20.37.28

www.mediakey.tv

Il Press, Outdoor & Promotion Key Award 2020

Il Press, Outdoor & Promotion Key Award è il riconoscimento organizzato da Media Key Events, reparto eventi del gruppo editoriale Media Key, allo scopo di promuovere la creatività e l'efficacia della comunicazione veicolata attraverso la stampa quotidiana e periodica, tradizionale cartacea o interattiva digitale, l'outdoor e le forme di comunicazione in esterna, le campagne promozionali, gli eventi e le PR.

Le aree della comunicazione

AREA PRESS (tradizionale o interattiva)

A1-FOOD

Bevande alcoliche e non alcoliche, prodotti dolciari, prodotti da forno, latte e derivati, grassi vegetali e aceti, alimentari freschi e di base, conservati e preparati, dietetici.

A2-FAMILY LIFESTYLE

Prodotti per la casa, prodotti per pulizia e igiene, casalinghi, arredamenti e ristrutturazioni, sanitari e ortopedici, farmaceutici, elettrodomestici, materiale da costruzione.

A3-TRASPORTO ED ENERGIA

Automobili, veicoli commerciali, motociclette, scooter, biciclette, accessori per auto e moto, carburanti e oli, imbarcazioni e motori marini, ferrovie, funivie, distributori, energia elettrica, eolica e solare, pile e torce, noleggio auto o servizi.

A4-BEAUTY & FASHION

Abbigliamento, accessori, prodotti per igiene personale, cosmetici e profumi e prodotti di lusso.

A5-FINANZA E ASSICURAZIONI, COMMERCIO E GDO

Istituti di credito, banche e assicurazioni, fondi d'investimento, società immobiliari, catene in franchising, distribuzione e promozione, fast food.

A6-TEMPO LIBERO

Tempo libero e sport, concorsi, lotterie ed eventi, apparecchi audiovisivi, informatica e telefonia, turismo e viaggi, giocattoli e divertimenti, agricoltura e allevamenti, materiali e attrezzi da lavoro.

A7-MEDIA & EDUCATIONAL

Compagnie telefoniche, emittenti radio e tv, quotidiani e periodici, collezionabili, libri e dizionari, elenchi telefonici, scuole e corsi professionali, servizi educativi, cd audio, dvd video, internet (portali, motori di ricerca e provider, servizi per la banda larga, web sites e commercio elettronico, web tv).

A8-CAMPAGNE ISTITUZIONALI E SOCIALI, COMUNICAZIONE PUBBLICA E CSR

Campagne di sensibilizzazione al tema sociale, comunicazione pubblica, politica, consumo responsabile o che abbiano una particolare attenzione all'ambiente.

AREA OUTDOOR (tradizionale o interattiva)

B1-POSTER (formati 6x6, 6x3, 4x3, 4x3,20, 4x2,40)

Impianti costituiti da tabelloni (tradizionali o digitali interattivi) su cui viene affisso il manifesto dove è stampato il messaggio e/o da un sistema di retroilluminazione che conferisce particolare risalto all'immagine.

B2-DINAMICA CLASSICA E MEZZI DECORATI

Dinamica classica esterna (telaio fissato esternamente in prossimità delle porte di ingresso sulla fiancata dei mezzi di trasporto oppure sul retro della vettura in posizione centrale), dinamica classica interna (cartelli fissi, volantini e vetrofanie che arredano le vetture dei mezzi di trasporto pubblico urbano), mezzi decorati.

B3-ARREDO URBANO AEROPORTI E METROPOLITANE

Pensiline e palinebus, standardi, trespoli, diapason bifacciali, colonne, indicatori parcheggio, fioriere, mupi, spazi pubblicitari nelle aree intorno alla banchina delle metropolitane, allestimenti per spazi ferroviari e aeroportuali.

B4-GRANDI FORMATI

Impianti di vari formati, tradizionali cartacei o digitali interattivi, di dimensioni maggiori di quelle dei poster che dominano lo spazio urbano sottostante.

CATEGORIE SPECIALI

C1-CAMPAGNE INTEGRATE

Campagne integrate che, nella loro media strategy, utilizzano tre o più mezzi e almeno un lavoro veicolato su stampa e/o affissione e/o eventi, direct marketing, tv.

C2-AMBIENT MEDIA

Progetti creativi non convenzionali per spazi esterni: pubblicità realizzate con forme oltre gli standard o con effetti speciali che interagiscono con impianti tecnologici e/o interattivi.

C3-MEDIA RELATIONS & BRAND STORYTELLING

Strategie di pubbliche relazioni create per il lancio o la promozione di un prodotto o servizio al fine di migliorare l'atteggiamento dell'utente verso la marca e/o strategie atte a comunicare attraverso la narrazione dei 'valori di marca' il punto di vista dell'azienda al fine di costruire un legame emotivo sempre più forte con essa.

PROMOTION GLOBAL AWARD OFF E/O ONLINE

D1-SHOPPER MARKETING EXPERIENCE

Strategie e progetti di shopper marketing che attraverso tecniche di engagement hanno l'obiettivo di guidare l'interesse del consumatore verso un prodotto o servizio in tutte le fasi di acquisto.

D2-PROMOZIONI AL CONSUMO

Campagne promozionali online e off line in grado di coinvolgere il consumatore, comprendenti i concorsi a premi come instant-win, a estrazione finale e le operazioni a premio che utilizzano mezzi come il direct marketing.

D3-ATTIVITÀ PROMOZIONALI INTEGRATE

Attività promozionali che utilizzano almeno due modalità di promozione: concorsi a premi on e/o offline, eventi speciali, temporary store, in store promotion.

EVENTI

E1-EVENTI B2C

Progetti di eventi creativi per la promozione, il lancio o il trial di un prodotto/servizio: eventi itineranti, eventi in store, in mall (incluso anche temporary o concept store), eventi live, eventi no profit/social, eventi musicali, sportivi o culturali, con finalità promozionali.

E2-EVENTI B2B

Progetti di eventi rivolti a specifici target professionali: meeting congressi, incentive, roadshow, workshop, live show, fiere.

E3-EVENTI CORPORATE

Progetti di eventi dedicati ad un pubblico interno all'azienda: meeting, convention, celebrazioni, ricorrenze, kick-off, live show, incentive, anniversari aziendali, team building, eventi di formazione.

PACKAGING & BRAND IDENTITY

P1-FOOD & BEVERAGE

Progetti grafici per immagini coordinate, brochure, annual report, house organ, cataloghi e calendari.

P2-HEALTH, PERSONAL CARE & LUXURY

Packaging e/o immagine coordinata per prodotti di genere cosmetico o farmaceutico: make-up, shampoo, bagnoschiuma, medicinali da banco, fitoterapia, erboristeria etc.

P3-HOMECARE & LIFESTYLE

Packaging e/o immagine coordinata di prodotti per l'arredamento, cura e igiene della casa, elettronica.

P4-IDENTITY, DESIGN & CORPORATE AFFAIRE

Progetti grafici per immagini coordinate, brochure, annual report, house organ, cataloghi e calendari.

Importante: vi ricordiamo che i lavori devono essere iscritti solo attraverso il sito <http://www.mediakey.tv> (previa registrazione).

IL PRESS, OUTDOOR & PROMOTION KEY AWARD È SOLO ONLINE

Le iscrizioni al Press, Outdoor & Promotion Key Award si possono effettuare solo online. Attraverso la sezione Shop del sito è possibile scegliere la modalità di pagamento: online con carta di credito o con bonifico bancario.

Per iscrivere i lavori occorre effettuare il login o registrarsi nella sezione AREA UTENTI e cliccare su ISCRIZIONI AWARDS e

AGGIUNGI UN'ISCRIZIONE seguendo gli step indicati. Per indicare i diversi soggetti è necessario cliccare sempre sul tasto AGGIUNGI SOGGETTO. È necessario inviare i file tramite wetransfer all'indirizzo fornito dallo staff eventi. È possibile modificare in un secondo momento i dati immessi cliccando su ISCRIZIONI AWARDS e cliccando su STORICO.

Regolamento del 17° Press, Outdoor & Promotion Key Award 2020

1. PREMESSA E FINALITÀ

Il Press, Outdoor & Promotion Key Award è un riconoscimento che ha lo scopo di promuovere la creatività e l'efficacia della comunicazione veicolata attraverso la stampa (quotidiana e periodica), l'outdoor e le forme di comunicazione in esterna, gli eventi le operazioni promozionali. È promosso da Media Key Events, il reparto eventi di Media Key, che già realizza il Key Award – riconoscimento della comunicazione pubblicitaria televisiva e cinematografica – e l'Interactive Key Award – dedicato al mondo della comunicazione web e mobile.

2. PERIODICITÀ E CALENDARIO

Il Press, Outdoor & Promotion Key Award ha cadenza annuale. Alla 17ª edizione possono essere iscritte le campagne canalizzate dai media dal **1° Gennaio 2019 in poi**. Possono essere iscritti anche lavori che hanno partecipato alla precedente edizione purché non abbiano vinto e rientrino nell'on air previsto dal regolamento. Chi iscrive entro il **14 Febbraio 2020** ha diritto a uno sconto del 10% sul totale iscrizioni. Le iscrizioni si chiudono **Venerdì 3 Luglio 2020**.

3. STRUTTURA

Il riconoscimento si divide in 6 aree: Press, Outdoor, Categorie speciali, Promotion Global Award Online e Offline, Eventi, Packaging & Brand Identity.

Press: questa sezione è composta da 8 categorie frutto di usuali accorpamenti di settori merceologici (quotidiani o periodici).

Outdoor: questa sezione è composta da 4 categorie dedicate al tipo di affissione realizzate ed esposte in Italia.

Categorie speciali: questa sezione è composta da 3 categorie. *Campagne Integrate, Ambient Media, e Media Relations & Brand Storytelling.*

Promotion Global Award: è un riconoscimento speciale riservato alle operazioni promozionali: *Shopper marketing experience, Promozioni al consumo, Attività Promozionali integrate.*

Eventi: sezione comprendente Eventi B2C, Eventi B2B, Eventi Corporate.

Packaging & Brand Identity: è una sezione speciale dedicata alle operazioni di packaging: *Food and beverage, Health, Personal Care & Luxury, Homecare & Lifestyle, Identity, Design and Corporate Affairs.*

MATERIALI DI ISCRIZIONE (inviare tramite wetransfer):

Sezione Press:

Immagini in alta risoluzione nei seguenti formati: jpg (compressione non inferiore a 8), ad alta risoluzione a 300 dpi (dimensione documento: A4 - 21x29,7 cm). Digital Press: video max 30" della navigazione del sito o dell'app possibilmente con voice over a commento o testo sovraimpresso.

Sezione Outdoor:

Oltre all'immagine (vedi sopra) occorre una foto di contestualizzazione nel contesto urbano; in caso di affissione interattiva occorre un video di max 30" dell'installazione e/o dei contenuti interattivi.

Campagne Integrate:

Case History in pdf e immagine rappresentativa della campagna. Possibilmente si richiede un video esplicativo di tutta la campagna: i video non devono superare i 90 secondi di durata e devono avere queste caratteristiche:
– Formato Quicktime .mp4
– Frame size: 1920x1080 pixel
– FPS: 25 Codec: H264

Packaging e Brand Identity:

Foto in alta risoluzione del progetto di design e del prodotto finito, spiegazione del concept design.

Ambient Media

Foto in alta risoluzione del progetto più una Case History in pdf.

Media Relations & Brand Storytelling:

Indicare la strategia di comunicazione, il brief e i risultati ottenuti attraverso i media e/o il video racconto oggetto dello storytelling (video massimo 60" – per le specifiche tecniche vedi sezione campagne integrate).

Promotion Global Award:

Case History della strategia promozionale partendo dal brief del cliente, obiettivi e possibilmente risultati ottenuti; si accettano in aggiunta anche video esplicativi. (per Shopper Mark. Exp: case history del processo di meccanica promozionale).

Tutti i file devono essere inviati via wetransfer all'ufficio eventi, per le specifiche tecniche fare riferimento al box Informazioni tecniche.

I nomi dei file devono indicare il titolo della campagna e del soggetto e la categoria in cui vengono iscritti.

Nei materiali forniti non devono figurare loghi o citazioni delle agenzie creative, media, PR, tranne nel caso in cui siano protagonisti della campagna iscritta.

4. INDICAZIONI PER LA PARTECIPAZIONE

Le iscrizioni al Press, Outdoor & Promotion Key Award possono essere effettuate da chiunque operi nel mondo della comunicazione: clienti, agenzie di comunicazione, agenzie media, art director, copywriter, graphic designer, concessionarie stampa e outdoor, professionisti del settore. **Le iscrizioni si possono effettuare solo online.**

La stessa campagna può essere iscritta in più categorie con il 10% di sconto a partire dalla seconda categoria. Es: la campagna stampa istituzionale di una banca può essere iscritta sia nella categoria 5 ('Finanza e assicurazioni, commercio e gdo') sia nella sezione outdoor (qualora sia stata veicolata anche in esterna) ma occorreranno due schede di iscrizioni differenti. Il prezzo totale di un progetto iscritto in due categorie sarà di 570 euro + iva al posto di 600 + iva. E così a seguire.

Per la pubblicazione sui mezzi Media Key, si ricorda che saranno utilizzati gli stessi dati forniti all'atto dell'iscrizione e lo stesso materiale inviato (immagini, video o case history), pertanto raccomandiamo di controllare i dati e il materiale in fase di iscrizione. Gli organizzatori sono esonerati da ogni responsabilità.

5. QUOTE DI PARTECIPAZIONE

Euro 300,00+IVA per ogni campagna singola (stampa, affissione)
Euro 350,00+IVA per ogni campagna multisoggetto (2/3 sogg. stampa, affissione)
Euro 380,00+IVA per ogni campagna multisoggetto (4/6 sogg. stampa, affissione)

Euro 400,00+IVA per ogni campagna multisoggetto (7/10 sogg. stampa, affissione)
Euro 430,00+IVA per ogni campagna multisoggetto (11/15 sogg. stampa, affissione)
Euro 480,00+IVA per ogni campagna multisoggetto (16/20 sogg. stampa, affissione)
Euro 450,00+IVA per ogni campagna integrata, promozionale integrata, ambient media, media relations & brand storytelling
Euro 400,00+IVA per ogni campagna Promotion, Eventi e Packaging

La quota di partecipazione (sia per il soggetto singolo sia per la campagna multi-soggetto) si intende per una singola categoria.

Il pagamento delle quote può essere effettuato:

– con **carta di credito online**, registrandosi su shop.mediakey.tv/ tramite servizio di pagamento sicuro PayPal
– mediante **bonifico bancario** intestato a Media Key srl, effettuato su Banco BPM Filiale 01672 – IBAN: IT36 M 050 3401673 00000003994

Le schede di partecipazione non accompagnate dalla relativa quota non saranno ritenute valide.

Per coloro che scelgono di effettuare il pagamento tramite bonifico si ricorda di inviare mail con la copia della contabile all'indirizzo carla.ogioni@mediakey.it

Per informazioni: astrid.fiorella@mediakey.it; simona.dagnello@mediakey.it; simona.saccone@mediakey.it - Tel. 02 52.20.37.27/28 oppure 33

6. NOMINATIONS

Per ogni categoria verranno selezionate da 3 a 4 campagne finaliste (Nomination). Nel caso di campagne multisoggetto potrà accedere alla finale un solo soggetto.

7. AWARDS

La consegna degli Award avverrà durante il galà dei winner. Sarà assegnato un riconoscimento per ogni categoria. Alle campagne vincitrici verranno attribuiti:

– una scultura;
– un diploma su cui figura l'immagine della campagna (copyright Media Key).
In particolare, la società che ha iscritto la campagna vincente riceverà una scultura e un diploma. Le altre società o persone premiate (che non hanno effettuato l'iscrizione) riceveranno un diploma.
Sculture e diplomi aggiuntivi, per chi ne ha diritto (tutti coloro che figurano nei credits della campagna), possono essere richiesti a Media Key Events. I vincitori potranno usare a scopi promozionali gli Award a loro conferiti, a condizione che questi vengano correttamente indicati, con la specifica menzione del Press, Outdoor & Promotion Key Award.

8. GIURIA

Le campagne presentate saranno giudicate da una giuria composta principalmente dai direttori marketing e comunicazione delle aziende, da giornalisti di autorevoli testate, docenti di università con specializzazione in comunicazione e operatori della comunicazione. I giurati esprimono i loro giudizi in perfetta indipendenza e senza riunioni collegiali valutando l'originalità dell'idea creativa e il rispetto degli obiettivi di comunicazione rispetto al target. Potranno essere assegnati riconoscimenti ex aequo in una o più categorie. Le decisioni della giuria sono definitive e vincolanti.

9. PUBBLICIZZAZIONE DEI LAVORI ISCRITTI

I partecipanti autorizzano gli organizzatori, gratuitamente e in via permanente e definitiva a:

– esporre e/o proiettare, senza modifiche, le campagne iscritte, durante il galà di premiazione;
– pubblicare le campagne iscritte sul volume celebrativo o su altre pubblicazioni prodotte da Media Key;
– diffondere le campagne iscritte in occasione di presentazioni promozionali (sia pubbliche sia private), oppure via etere, cavo, satellite, su network o supporti telematici, su reti telematiche (internet e mobile) e, in generale, su tutti i mezzi ora noti e di futura invenzione, senza limiti temporali né territoriali;
– assemblare su dvd o altro supporto (senza modifiche o riduzioni) le campagne iscritte e realizzare prodotti video derivanti dall'evento, nelle forme, modi e sequenze che gli organizzatori del Press, Outdoor & Promotion Key Award riterranno più opportuni;
– cedere a terzi il suddetto dvd, sia autonomamente sia come allegato ad altri prodotti di natura editoriale.

Le suddette autorizzazioni si intendono rilasciate dai partecipanti per utilizzazioni sia gratuite sia a pagamento, in nome proprio e in nome e/o per conto di ogni altro terzo interessato che sia titolare, diretto o indiretto, in tutto o in parte, di qualsivoglia diritto d'autore anche solo morale, e/o di 'diritti connessi' col diritto d'autore e/o di diritti di proprietà. I partecipanti garantiscono che i soggetti precedentemente indicati hanno loro accordato o accorderanno specifico diritto di rilasciare le autorizzazioni qui contemplate e con ciò dichiarano di manlevare gli organizzatori del Press, Outdoor & Promotion Key Award da qualsivoglia pretesa dei suddetti soggetti o di altro terzo e da qualsivoglia conseguenza negativa, anche non economica, potesse derivare dal rilascio delle autorizzazioni suddette. I partecipanti garantiscono altresì che ogni diritto, imposta, tassa o altro onere pubblico o privato in relazione alle autorizzazioni e alle utilizzazioni suddette è stato regolarmente e pienamente soddisfatto. Il supporto multimediale elaborato dagli organizzatori non può essere duplicato, venduto, noleggiato, ceduto in comodato o in qualsivoglia altro modo utilizzato senza il consenso degli organizzatori.

10. VARIE

Ogni operatore che iscrive si assume la piena responsabilità per detta iscrizione e per la qualità del materiale inviato, esentando gli organizzatori da ogni responsabilità nei confronti di terzi. Il materiale inviato per la partecipazione non verrà restituito.

11. FORO COMPETENTE E LEGGE APPLICABILE

Per qualsivoglia controversia comunque insorta inerente alla validità, efficacia, interpretazione, esecuzione del presente regolamento, nonché per qualsivoglia controversia connessa al rilascio e all'impiego delle autorizzazioni di cui al punto 10, sarà esclusivamente competente il Foro di Milano. Tutti i rapporti fra gli organizzatori e i partecipanti o fra i partecipanti sono disciplinati dal presente regolamento e, per quanto qui non previsto, dalla legge italiana.