

# 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

[www.mediakey.tv](http://www.mediakey.tv)

# Il Press, Outdoor & Promotion Key Award 2018

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.

#### 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.

#### B5-GO TV

Format pubblicitari inseriti in veri e propri palinsesti informativi e di intrattenimento dedicati al *moving target* che durante l'arco della giornata riceve continui stimoli attenzionali nei momenti di attesa sui mezzi pubblici (metropolitane, autobus, tram etc...).

### CATEGORIE SPECIALI

#### C1-CAMPAGNE INTEGRATE

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

#### C2-PACKAGING

Progetti di design relativi a confezioni di prodotti di genere alimentare e non sia di tipo primario che secondario (ad es. una confezione contenente una bottiglia).

#### C3-MEDIA CREATIVITY

Sviluppo di progetti grafici editoriali che si distinguono per creatività nell'utilizzo e nella pianificazione dei mezzi di comunicazione (Stampa e/o Affissione, Poster, Grandi Formati, Direct marketing etc)

#### C4-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.

#### C5-IDENTITY & DESIGN & CORPORATE AFFAIRE

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

#### C6-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 offline 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.

#### D4-EVENTI PROMOZIONALI B2C

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

#### D5-EVENTI PROMOZIONALI B2B

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

#### D6-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.

**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 NUOVA ISCRIZIONE nel menù a sinistra seguendo gli step indicati. Per indicare i diversi soggetti è necessario cliccare sempre sul tasto AGGIUNGI

SOGGETTO. Arrivati alla schermata '4: Riferimenti' cliccare su CONFERMA E INVIA L'ISCRIZIONE. 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 posizionandosi sull'icona 'MATITA' a sinistra di ogni singola iscrizione e cliccando su 'MODIFICA ISCRIZIONE' e poi 'INDIETRO' in basso a sinistra.

# Regolamento del 15° Press, Outdoor & Promotion Key Award 2018

## 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 e 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 15ª edizione possono essere iscritte le campagne canalizzate dai media tra il **1° gennaio 2017 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.

## 3. STRUTTURA

Il riconoscimento si divide in 4 aree: Press, Outdoor, Categorie speciali e Promotion Global Award.

**Press:** in questa sezione sono previste 8 categorie frutto di usuali accorpamenti di settori merceologici (quotidiani o periodici).

**Outdoor:** in questa sezione sono previste 5 categorie dedicate al tipo di impianto d'affissione realizzate ed esposte in Italia.

**Categorie speciali:** in questa sezione sono comprese 6 categorie. *Campagne Integrate, Packaging, Media Creativity, Ambient Media, Identity & Design 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 Promozionali B2C, B2B, Eventi Corporate.

## MATERIALI DI ISCRIZIONE (inviare tramite wetransfer):

### Sezione Press:

Immagini in alta risoluzione nei seguenti formati: jpg (compressione non inferiore a 8), tif, eps, pdf, ad alta risoluzione a 300 dpi (dimensione documento: A4 - 21x29,7 cm). In caso di stampa interattiva si richiede un video max 30" della navigazione (mov o mp4).

### Sezione Outdoor:

Oltre all'immagine in alta risoluzione occorre una foto di contestualizzazione nel contesto urbano; in caso di affissione interattiva occorre un video di max 30" dell'installazione (mov o mp4).

### Campagne Integrate e Campagne Promozionali Integrate:

Case History in pdf: il testo non deve superare le 1.000 battute. Si richiede un video esplicativo di tutta la campagna: il video non devono superare i 90 secondi di durata e devono avere queste caratteristiche:  
Quicktime: Frame size: 1280x720 pixel  
FPS: 25 Codec: H264

**Si richiede anche un'immagine rappresentativa della campagna.**

### Packaging:

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

### Per le categorie: Media Creativity, Ambient Media e Identity and Design

Foto in alta risoluzione del progetto più la 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.

### Shopper Marketing Experience:

Case history dell'intero processo di meccanica promozionale

**Nei materiali forniti non devono figurare loghi o citazioni delle agenzie creative, media, PR, tranne nel caso in cui siano protagoniste 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. Per esempio 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.

**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.**

Per chi iscrive entro il 28 maggio ci sarà un 10% di sconto.

## 5. QUOTE DI PARTECIPAZIONE

**Euro 250,00+IVA** per ogni campagna singola  
**Euro 280,00+IVA** per ogni campagna multisoggetto (2/3 sogg.)  
**Euro 310,00+IVA** per ogni campagna multisoggetto (4/6 sogg.)  
**Euro 340,00+IVA** per ogni campagna multisoggetto (7/10 sogg.)  
**Euro 340,00+IVA** per campagne integrate, storytelling e attività promozionali integrate  
**Euro 250,00+IVA** per promozioni al consumo, eventi promo B2C, eventi promo B2B, eventi corporate  
**Euro 250,00+IVA** per shopper marketing experience, go tv

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

Il pagamento delle quote può essere effettuato:

– con **carta di credito online**, registrandosi su [shop.mediakey.tv/](http://shop.mediakey.tv/) tramite servizio di pagamento sicuro PayPal

– mediante **bonifico bancario** intestato a Media Key srl, effettuato su Banca Pop. di Milano, Agenzia n. 351 – IBAN: IT42 G 05584 01662 000000000370

– a mezzo **assegno bancario** intestato a Media Key srl

**Si chiuderanno definitivamente il 4 Giugno 2018.**

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

Per ogni informazione e richiesta:

**Media Key srl – Via A. Romilli, 20/8 - 20139 Milano**  
**eventi@mediakey.it - Tel. 02 52.20.37.27/33**

**Per coloro che scelgono di effettuare il pagamento tramite bonifico o assegno bancario, si ricorda di inviare copia dell'avvenuto pagamento al numero di fax 02 55.21.30.37**

## 6. NOMINATIONS

Per ogni categoria verranno selezionate da 3 a 4 campagne finaliste (Nomination). Nel caso di campagne multisoggetto accederà alla finale il soggetto più votato dalla giuria.

## 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 ordinati e acquistati sul sito: [shop.mediakey.tv](http://shop.mediakey.tv/). 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 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 di riferimento.

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.