

2009 NYF Advertising in All Media Awards - Regolamento

1. TERMINE DI ISCRIZIONE

Il primo termine di iscrizione entro il quale è possibile usufruire dello sconto è il 15 dicembre 2008; il termine ultimo è il 19 gennaio 2009. Per poter usufruire dello sconto di iscrizione è necessario utilizzare il codice di sconto incluso nell'etichetta di spedizione dell'invito a partecipare al concorso e l'iscrizione dovrà essere effettuata entro il 15 dicembre 2008. Le iscrizioni presentate mediante i moduli cartacei di iscrizione offline sono soggette a una maggiorazione del 20%. Per ulteriori informazioni chiamare il numero +1.212.643.4800 o scrivere all'indirizzo info@newyorkfestivals.com.

2. IDONEITÀ

Per poter partecipare all'edizione 2009 del concorso, i lavori iscritti devono essere stati pubblicati o trasmessi tra il 1° gennaio 2008 e il 28 febbraio 2009. Non sono ammessi gadget o pubblicità creati al solo fine di partecipare agli eventi della premiazione. Tutti i vincitori dovranno produrre la prova di acquisto dei propri lavori da parte dei mezzi di comunicazione prima della consegna dei premi: per i lavori destinati a TV e radio sarà necessario dimostrare almeno 5 giorni di presenza in onda, per i lavori destinati alla stampa occorrerà invece dimostrare l'avvenuta pubblicazione.

3. MATERIALE PRESENTATO

I lavori iscritti ed il materiale presentato non saranno restituiti e potranno essere esposti, mostrati, duplicati, pubblicati o riprodotti a scopo formativo o promozionale, come New York Festivals riterrà opportuno. Con l'iscrizione, il candidato accetta di esentare New York Festivals e le relative società affiliate da qualunque costo o spesa relativi ad eventuali rivendicazioni derivanti da uno qualsiasi degli usi succitati.

4. QUOTE DI ISCRIZIONE

Arte e tecnica

Iscrizione singola \$275 (USD)

Avanguardia (materiale inconsueto)

Iscrizione singola \$345 (USD)

Campagna \$595 (USD)

Collaterale

Iscrizione singola \$345 (USD)

Campagna \$595 (USD)

Design

Iscrizione singola \$345 (USD)

Campagna \$595 (USD)

Digitale e interattiva

Iscrizione singola \$345 (USD)

Campagna \$595 (USD)

Mezzi di comunicazione misti/integrati

Campagna \$695 (USD)

Esterna

Iscrizione singola \$345 (USD)

Campagna \$595 (USD)

Stampa	
Iscrizione singola	\$345 (USD)
Campagna	\$595 (USD)
Radio	
Iscrizione singola	\$345 (USD)
Campagna	\$595 (USD)
Studenti	
Iscrizione singola	\$100 (USD)
Campagna	\$200 (USD)
TV/Cinema/Promo	
Iscrizione singola	\$345 (USD)
Campagna	\$595 (USD)

Per ogni categoria selezionata si applica una quota di iscrizione separata. Il pagamento dovrà avvenire preferibilmente tramite PayPal o carta di credito VISA, MasterCard o AMEX, oppure mediante assegno tratto su banca USA in dollari statunitensi e pagabile a International Awards Group, LLC. Non saranno effettuati rimborsi dopo che la giuria avrà iniziato ad esaminare i lavori. Per i pagamenti con bonifico, verrà applicata una maggiorazione pari a \$25 (USD) sull'importo totale del bonifico a copertura delle spese di intermediazione bancaria. Il bonifico dovrà essere inviato a:

JP Morgan Chase
 1 Chase Manhattan Plaza
 New York, New York
 N. routing ABA 021000021 oppure swift CHASUS33
 Per successivo accredito a:
 International Awards Group, LLC
 N. conto 707 5599 10

Inviare la conferma del bonifico bancario a mezzo corriere o raccomandata al nostro ufficio di New York in modo da permetterci di collegare il pagamento alle iscrizioni presentate. In caso di iscrizione online, aggiungere nella causale del bonifico il nostro numero di fattura (riportato sulla versione stampabile della ricevuta).

N.B.: Tutte le iscrizioni presentate utilizzando i moduli di iscrizione offline saranno soggette ad una maggiorazione del 20% della quota di iscrizione.

5. CATEGORIE

È possibile iscrivere la stessa pubblicità o la stessa campagna a più di una categoria; tuttavia, dovrà essere corrisposta una quota di iscrizione per ciascuna categoria. In caso di invio dei lavori offline, per ogni categoria di iscrizione è richiesto l'invio del materiale in duplice copia. In caso di dubbio sulla categoria di iscrizione, scegliere la categoria "Altro" e la giuria provvederà ad assegnare la categoria corretta.

6. CAMPAGNE

Le campagne destinate a un singolo mezzo di comunicazione potranno includere non più di tre pezzi (es. 3 annunci radiofonici, 3 spot televisivi). Per ciascuna campagna è richiesto un solo modulo di iscrizione, ma tutti i pezzi dovranno essere chiaramente etichettati. Se possibile, presentare tutti i pezzi di una campagna insieme su un unico supporto (es. un DVD con 2 secondi di assenza di immagini tra uno spot e l'altro).

Le campagne integrate destinate ai mezzi di comunicazione misti potranno includere non più di 2 pezzi per ciascun mezzo (es. 2 pubblicità radiofoniche, 2 spot televisivi, 2 annunci stampati), fino a 6 pezzi in totale.

7. ASSEGNAZIONE DEI PREMI

I finalisti verranno annunciati a metà aprile. I nomi dei vincitori dei riconoscimenti platino, oro, argento e bronzo saranno annunciati a New York in occasione della consegna dei premi New York Festivals of Advertising Awards che si terrà dal 21 al 23 maggio 2009. Comunicati stampa verranno inviati alle agenzie di stampa internazionali e agli operatori del settore. I nomi di tutti i vincitori saranno pubblicati sul sito web di New York Festivals. I vincitori delle categorie pubblicità televisiva e pubblicità cinematografica appariranno nei DVD Winners Reel 2009, nelle trasmissioni televisive sulla pubblicità con oltre 130 milioni di spettatori, nonché sugli schermi di bordo in base al nostro contratto in esclusiva con alcune delle principali compagnie aeree internazionali, con oltre 800 milioni di spettatori. I nomi di tutti i vincitori delle categorie design, pubblicità stampata ed esterna verranno pubblicati nel volume 17 del New York Festivals Annual of Advertising, l'annuario più venduto al mondo nel campo della pubblicità.

8. PREMIO DELLE NAZIONI UNITE (UNDPI)

In collaborazione con il Dipartimento per la pubblica informazione delle Nazioni Unite (UNDPI), New York Festivals ha istituito nel 1990 il premio UNDPi per premiare la pubblicità di servizio che meglio incarna gli scopi e gli ideali delle Nazioni Unite. I finalisti tra gli iscritti alla categoria pubblicità di servizio (solo per pubblicità televisiva, stampata, esterna e radiofonica) saranno automaticamente considerati idonei per i prestigiosi premi. Una giuria di alto livello convocata dalle Nazioni Unite deciderà i vincitori dei riconoscimenti oro, argento e bronzo e sceglierà il finalista per il premio UNDPi. Questioni globali di particolare interesse per le Nazioni Unite sono la pace e la sicurezza, i diritti delle donne, lo sviluppo sociale, i problemi sanitari come HIV/AIDS, i diritti umani, i crimini e la violenza, l'alfabetizzazione, lo sviluppo sostenibile e la povertà.

9. SINTESI

Per tutti i lavori iscritti si richiede una breve sintesi. La sintesi dovrà essere divisa in tre parti (ciascuna composta da 1 o 2 frasi): obiettivo, concetto e pubblico di destinazione.

10. TRADUZIONE

Per i lavori in lingue diverse dall'inglese è **OBBLIGATORIO** fornire una traduzione o una sintesi dettagliata nell'apposito spazio del nostro sito web. Se inviati a mezzo posta o corriere, i lavori non in lingua inglese dovranno essere corredati di traduzione in formato file di testo salvato su un CD. La traduzione non dovrà superare 1-2 paragrafi di lunghezza.

TV/Cinema: se possibile, le traduzioni dovranno essere incluse in forma di sottotitoli. Questi dovranno essere chiaramente leggibili, possibilmente in bianco su fondo nero.

Pubblicità stampata/esterna: fornire il testo del lavoro iscritto, anche nel caso in cui sia già in inglese.

Siti web: tradurre solo il testo, i titoli e le sezioni di menu rilevanti.

11. ELENCO DEI COLLABORATORI

L'elenco dei collaboratori presentato al momento dell'iscrizione sarà **ESATTAMENTE** quello inserito nei trofei, nei certificati, nel nostro annuario e sul nostro sito web. Sui trofei compariranno solo il nome della società, il nome del marchio e il titolo del lavoro iscritto. Oltre ai nomi riportati sui trofei, sui certificati saranno indicati i primi quattro nominativi dell'elenco dei collaboratori con la relativa posizione. Potranno essere riportati altri otto nomi con la relativa posizione nell'annuario ed un totale di 15 nomi nella sezione vetrina del nostro sito web. Per le posizioni utilizzare le denominazioni standard del settore.

12. MODULI DI ISCRIZIONE ONLINE

IMPORTANTE! Prima di procedere all'iscrizione online, assicurarsi di aver effettuato l'accesso per prevenire l'eventuale perdita di dati. L'accesso è stato effettuato se nel margine in alto a sinistra della pagina è visibile il proprio nome in nero.

Per ciascuna pubblicità singola o campagna dovrà essere compilato un modulo di iscrizione separato. Prima del checkout assicurarsi di aver inviato tutti i dati per le iscrizioni. Al momento del checkout verrà generato automaticamente un resoconto stampabile di tutte le iscrizioni effettuate, comprendente la fattura per l'importo complessivo dovuto. Se si specifica che i lavori verranno fisicamente spediti, il record stampabile conterrà le necessarie etichette identificative per i lavori iscritti al concorso e le istruzioni per la spedizione. Se invece si specifica che i lavori verranno inviati online, entro un'ora dal checkout si riceverà un messaggio e-mail aggiuntivo con tutte le necessarie istruzioni. Sarà sufficiente rispondere a tali messaggi e-mail aggiuntivi allegando il proprio lavoro alla risposta. Qualora, invece, i file fossero troppo grandi per l'invio tramite e-mail, sarà possibile caricarli sul nostro sito FTP procedendo come di seguito indicato:

- 1) Creare sul proprio computer una cartella con il nome della propria società seguito dalla sigla "NYFA".
- 2) Rinominare i file con il loro codice a 6 cifre (in genere il primo numero è un tre) e copiarli in questa cartella.
- 3) Accedere al nostro server FTP all'indirizzo <ftp.newyorkfestivals.tv> utilizzando un programma FTP (NON un browser web).

Nome utente: nyfupload@newyorkfestivals.tv

Password: nyfe7632

- 4) Copiare la cartella dal proprio computer sul sito FTP.

IMPORTANTE! Qualora l'iscrizione venga effettuata online e l'invio dei lavori a mezzo posta o corriere, assicurarsi di aver compiuto le seguenti tre operazioni prima di sigillare il plico:

1. Non appena ricevuto il messaggio e-mail inviato immediatamente dopo il checkout, visualizzare il resoconto stampabile delle proprie iscrizioni utilizzando il link indicato. Farne delle copie aggiuntive.
2. Ritagliare le etichette identificative per i lavori dalla seconda metà del resoconto e applicarle a ciascun lavoro iscritto. Applicare sul plico da spedire l'etichetta con l'indirizzo postale fornita. **IMPORTANTE!** Queste etichette contengono informazioni di codifica necessarie specifiche per ciascun lavoro iscritto e DEVONO essere applicate.
3. Nel plico dei lavori da spedire, includere una copia del resoconto ricevuto immediatamente dopo il checkout. Farne delle copie aggiuntive se necessario. **N.B.:** Tutti i costi di spedizione, assicurazione, i diritti doganali e i costi di movimentazione relativi a tutti i lavori iscritti dovranno essere prepagati dal mittente. Non ci assumiamo alcuna responsabilità in relazione allo sdoganamento. L'elaborazione dell'iscrizione verrà notificata a mezzo e-mail. Inviare il materiale etichettato, completo della fattura generata automaticamente e di eventuali somme dovute a:

New York Festivals
260 West 39th Street, 10th Floor
New York, NY 10018, USA
Tel. +1 212.643.4800
Fax +1 212.643.0170

13. Specifiche per l'iscrizione

Formattazione del testo

Per la formattazione del testo è **OBBLIGATORIO** utilizzare gli standard indicati di seguito. Tali standard ci consentono di giudicare e mostrare al meglio i lavori in concorso.

Formato del titolo del lavoro iscritto e del marchio:

Utilizzare caratteri minuscoli con tutte le iniziali maiuscole. Le campagne dovranno essere denominate con un titolo unico per la serie o con titoli diversi separati da barre.

Esempio di pubblicità singola:

Titolo Del Lavoro

Esempio di campagna:

Titolo Uno / Titolo Due

Esempio di campagna con titolo unico:

Titolo Campagna: Titolo Uno / Titolo Due

Formato URL cliente/marchio:

Riportare **ESCLUSIVAMENTE** l'indirizzo del sito web del cliente o del marchio.

Esempio URL:

www.newyorkfestivals.com

Formato traduzione/sintesi:

Il testo accluso dovrà essere in minuscolo con lettera maiuscola all'inizio di ogni periodo. Non utilizzare solo maiuscole o solo minuscole.

Esempio:

Il presente lavoro è stato creato per promuovere l'uscita di un film. È stato diffuso a livello mondiale.

Formato elenco collaboratori:

Utilizzare caratteri minuscoli con tutte le iniziali maiuscole per i nomi degli artisti e le relative posizioni.

Non utilizzare solo maiuscole o solo minuscole. Non utilizzare virgole per separare i nomi dai cognomi o dalle posizioni. Non abbreviare le posizioni se non strettamente necessario. Se l'elenco comprende più nomi o posizioni, utilizzare le barre per separarli, come illustrato di seguito:

Esempio:

Mario Rossi, Direttore Creativo

Esempio:

Mario Rossi / Maria Rossi, Direttori Creativi

Esempio:

Maria Rossi, Direttore Creativo / Direttore Artistico

LINEE GUIDA TECNICHE

Attenersi alle seguenti specifiche per l'invio delle iscrizioni.

Invio online dei lavori:

Upload di file audio:

Formato MP3 standard. Stereo o mono, 44,1 kHz, 16 bit, MPEG layer 3, 160 kbps.

Upload di file immagine:

Formato JPEG, qualità massima, risoluzione 72 dpi in colore RGB. **NON** sono ammessi i file JPEG in formato CMYK. Le dimensioni del file JPEG devono essere circa 2000 x 3400 pixel (orientamento orizzontale o verticale).

Upload di file video:

I video possono essere presentati su DVD (sistema NTSC o PAL), oppure in formato .MOV su CD. Se possibile, tutti i lavori dovranno essere presentati insieme su un unico DVD o CD. In caso venga presentato

un DVD masterizzato, rimuovere tutti i codici regionali e di sicurezza e accertarsi che la struttura dei file sia in formato DVD-5 standard (ovvero che tutti i file VOB siano accessibili).

Tutti i video caricati dovranno essere in formato QuickTime (.MOV) come specificato, per entrambi i sistemi NTSC o PAL.

Video NTSC: compressione H.264: 29,97/30 fps, fotogrammi chiave automatici, dimensioni e qualità quasi da trasmissione. Audio: stereo, 44,1 kHz, 16 bit, MPEG-4/AAC.

Video PAL: Compressione H.264: 25 fps, fotogrammi chiave automatici, dimensioni e qualità quasi da trasmissione. Audio: stereo, 44,1 kHz, 16 bit, MPEG-4/AAC.

Siti web e pubblicità online:

Specificare l'indirizzo del sito web (URL) ed eventuali nomi utente e password richiesti per l'accesso. È possibile creare una pagina iniziale contenente i link ai lavori che si desidera vengano giudicati.

IMPORTANTE! Tutti gli URL specificati dovranno essere attivi dal momento dell'iscrizione fino al mese di maggio 2009 al fine di consentire la valutazione online da parte della giuria.

Upload materiale di supporto:

Tutto il materiale di supporto per i siti web e i lavori interattivi dovrà essere presentato in formato PDF. È possibile presentare un solo file PDF, che potrà tuttavia contenere più articoli. I file in formato diverso dal PDF non saranno presi in considerazione.

14. MODULI CARTACEI DI ISCRIZIONE OFFLINE

N.B.: Tutte le iscrizioni presentate mediante i moduli cartacei di iscrizione offline contenuti nel presente PDF di istruzioni saranno soggette a una maggiorazione del 20% della quota di iscrizione per l'immissione dei dati nel nostro sistema. Tale maggiorazione verrà applicata unicamente alle iscrizioni presentate mediante i MODULI CARTACEI DI ISCRIZIONE OFFLINE e non alle iscrizioni presentate mediante l'immissione dei dati online e la spedizione dei supporti.

Qualora si desideri effettuare l'iscrizione utilizzando i tradizionali moduli cartacei di iscrizione offline, utilizzare i moduli allegati in coda al presente documento. Sono disponibili un modulo di registrazione e un modulo di iscrizione di due pagine. È richiesto un solo modulo di registrazione per ciascuna società iscritta, ma ogni lavoro iscritto dovrà essere accompagnato da un modulo di iscrizione separato. Qualora si iscriva una stessa pubblicità a più categorie, si dovrà presentare un modulo di iscrizione separato per ciascuna categoria selezionata. Tutti i costi di spedizione, assicurazione, i diritti doganali e i costi di movimentazione relativi a tutti i lavori iscritti dovranno essere prepagati dal mittente. Non ci assumiamo alcuna responsabilità in relazione allo sdoganamento. L'elaborazione dell'iscrizione verrà notificata a mezzo e-mail. Spedire tutti i moduli necessari in un unico plico contenente anche la ricevuta di pagamento e i lavori iscritti al seguente indirizzo:

New York Festivals
260 West 39th Street, 10th Floor
New York, NY 10018, USA
Tel. +1 212.643.4800
Fax +1 212.643.0170

15. LAVORI INVIATI A MEZZO POSTA O CORRIERE

Formati audio:

I lavori dovranno essere presentati in formato digitale (MP3) su CD e ciascuno spot pubblicitario dovrà essere preceduto da un annuncio vocale che specifichi la società iscritta, l'inserzionista, il titolo e la durata del lavoro.

Formati pubblicità stampata/esterna:

I lavori dovranno essere presentati in formato digitale (JPG) su CD. Le pubblicità singole dovranno essere inserite in una busta, alla quale dovrà essere applicata la relativa etichetta identificativa (in caso di iscrizione online). Per la presentazione di campagne è necessario fornire una copia separata di ciascuna pubblicità. Inserire ciascun pezzo da iscrivere, una copia del modulo di iscrizione o della fattura stampata e le traduzioni (solo per i lavori in lingue diverse dall'inglese) in una busta separata ed etichettarla in modo chiaro con il nome della società, la categoria e il titolo del lavoro.

Formati video:

I video possono essere presentati su DVD (per entrambi i sistemi NTSC o PAL), oppure in formato .MOV su CD. Se possibile, tutti i lavori dovranno essere presentati insieme su un unico DVD o CD. In caso venga presentato un DVD masterizzato, rimuovere tutti i codici regionali e di sicurezza e accertarsi che la struttura dei file sia in formato DVD-5 standard (ovvero che tutti i file VOB siano accessibili).

I lavori possono essere presentati anche nei formati Digibeta o Beta SP con una maggiorazione di \$200 (USD).

New York Festivals raccomanda vivamente ai candidati di **EVITARE L'INVIO DEI SEGUENTI FORMATI** nel SOLO formato digitale: Pubblicità promozionale/Mailing diretto/Gadget/Package Design/Documentazione aziendale/Company Identity.

16. Esposizione e copyright

Tutte le copie dei lavori presentati diventeranno di proprietà di International Awards Group LLC e delle relative società affiliate che si occupano della gestione dei concorsi (AME Awards, The Global Awards, Midas Awards e New York Festivals, di seguito raggruppate sotto la sigla IAG), che potranno utilizzarle in ulteriori presentazioni presso istituti di istruzione, gruppi commerciali, professionisti del settore pubblicitario e il pubblico in generale; i lavori non verranno restituiti.

I candidati autorizzano specificamente IAG a presentare i lavori nel corso di consegne dei premi, proiezioni sponsorizzate del gruppo in tutto il mondo o altre presentazioni pubbliche o private gratuite o a pagamento, in qualsiasi momento e con qualsiasi frequenza IAG e i suoi rappresentanti ritengano opportuno, senza che alcun compenso o royalty siano dovuti al candidato.

Il candidato autorizza IAG a utilizzare a tale scopo qualsivoglia marchio, animale, personaggio animato o articolo di merchandising accluso con le iscrizioni. IAG può utilizzare i lavori iscritti o concederne su licenza l'uso o la riproduzione senza limiti di tempo, senza alcun pagamento al candidato o ai suoi clienti, in modo non esclusivo in tutto il mondo, per la diffusione mediante trasmissioni televisive o radiofoniche, videotape, Internet, DVD, esposizioni, annuari e altre pubblicazioni, comprese a titolo meramente esemplificativo presentazioni televisive, radiofoniche o su Internet dedicate ai vincitori IAG.

Il candidato detiene o si assicurerà la necessaria licenza per l'uso di tutti i brani musicali incorporati nei propri lavori. Il candidato si impegna a difendere, indennizzare e manlevare IAG, le relative società affiliate, gli assegnatari e i concessionari da qualsiasi spesa relativa ad artisti o costi residui derivanti dal rilascio dei propri lavori o da eventuali rivendicazioni di terze parti nei confronti di IAG, delle relative società affiliate, degli assegnatari e dei concessionari risultanti dai contenuti dei lavori e dalla relativa proprietà intellettuale.

La persona che presenta l'iscrizione o le iscrizioni certifica di disporre della piena autorità per approvare i diritti garantiti dal presente documento.

© 2009 International Awards Group, LLC

Per qualsiasi altra informazione, visitare la nostra pagina delle domande frequenti (FAQ) all'indirizzo www.newyorkfestivals.com, o inviare un e-mail all'indirizzo

info@newyorkfestivals.com

Categorie per l'edizione 2009 del concorso NYF International Advertising Awards

- * Concorso Avanguardia
- * Concorso Arte e tecnica
- * Concorso Collaterale
- * Concorso Design
- * Concorso Digitale e interattiva
- * Concorso Mezzi di comunicazione misti
- * Concorso Esterna
- * Concorso Stampa
- * Concorso Radio
- * Concorso Studenti
- * Concorso TV/Cinema

CONCORSO AVANGUARDIA

- AG01 Ambiente
- AG02 Graffiti e murales legali
- AG03 Proiezioni video
- AG04 Posizionamento prodotti
- AG05 In-game advertising
- AG06 Supporti place-based
- AG07 Uso innovativo dei mezzi di comunicazione
- AG08 Passaparola/tamtam
- AG09 Street team
- AG10 Marketing eventi/vita notturna
- AG11 Marketing movimento/mobile
- AG12 Pop-up Lounge

CONCORSO ARTE E TECNICA

Solo per spot singoli, escluse campagne

DESIGN (formato originale + JPG)

Si dice che il design sia la nuova pubblicità. Per questo è persino più visibile di quanto non lo sia mai stato prima. Per non parlare delle persone che sono brave nel crearlo.

EXD01 Art Direction

EXD02 Copywriting
EXD03 Illustrazione
EXD04 Fotografia
EXD05 Tipografia

PUBBLICITÀ STAMPATA (JPG)

In principio ci sei tu con un foglio di carta vuoto. Alla fine c'è qualcosa che somiglia all'arte.

EXP10 Art Direction
EXP11 Copywriting
EXP12 Comicità
EXP13 Illustrazione
EXP14 Fotografia
EXP15 Tipografia

PUBBLICITÀ ESTERNA (JPG)

Dove stampa e broadcasting arrivano quasi a incontrarsi. Tutti vedono le pubblicità esterne, e parlano delle migliori.

EXO20 Art Direction
EXO21 Copywriting
EXO22 Comicità
EXO23 Illustrazione
EXO24 Fotografia
EXO25 Tipografia

RADIO (MP3)

Quando la concorrenza è rappresentata dai migliori programmi radiofonici del mondo, distinguersi non è un'opzione; è una necessità.

EXR30 Presentazione speaker
EXR31 Copywriting
EXR32 Comicità
EXR33 Nuovi arrangiamenti di temi noti
EXR34 Musica originale
EXR35 Uso del suono

TV/CINEMA (MOV)

Quando la concorrenza è rappresentata dai migliori film e programmi televisivi del mondo, distinguersi non è un'opzione; è una necessità.

EXT40 Animazione per telefoni cellulari
EXT41 Animazione per computer
EXT42 Art Direction
EXT43 Cinematografia
EXT44 Copywriting
EXT45 Regia
EXT46 Editing
EXT47 Comicità
EXT48 Nuovi arrangiamenti di temi noti

EXT49 Musica originale
EXT50 Recitazione
EXT51 Sound design
EXT52 Effetti speciali

Interattività (Arte e tecnica)

EXI60 Animazione
EXI61 Art Direction
EXI62 Copywriting
EXI63 Comicità
EXI64 Navigazione
EXI65 Rich media
EXI66 Sound design

CONCORSO COLLATERALE (formato originale + JPG)

MAILING DIRETTO (NO FORMATO DIGITALE)

Mettere il proprio lavoro nelle mani di qualcun altro: è questa la vera esperienza di collaborazione uno-a-uno (per quanto l'ottenimento di un riconoscimento per aver fatto un buon lavoro è più un risultato di squadra).

CDM01 Prodotti business-to-business
CDM02 Servizi business-to-business
CDM03 Prodotti consumer
CDM04 Servizi consumer
CDM05 Annunci pubblicità di servizio
CDM06 Punto vendita al dettaglio
CDM07 Autopromozioni per i consumatori
CDM08 Autopromozioni per i commercianti
CDM00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

DIRECT RESPONSE (NO FORMATO DIGITALE)

La risposta delle persone è il banco di prova dell'efficacia di una pubblicità. E vincere questo riconoscimento è il banco di prova del tuo successo.

CDR11 Prodotti consumer
CDR12 Servizi consumer
CDR13 Punto vendita al dettaglio
CDR14 Autopromozioni per i consumatori
CDR15 Autopromozioni per i commercianti
CDR00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

MARKETING PROMOZIONALE (NO FORMATO DIGITALE)

La promozione delle vendite è come un teatro intorno a un marchio. Noi premiamo chi ottiene le *standing ovation*.

CPM21 Annunci e inviti
CPM22 Rapporti annuali
CPM23 Promozioni business-to-business
CPM24 Calendari
CPM25 Cataloghi, brochure, opuscoli
CPM26 Promozioni per i consumatori

CPM27 Espositori per punti vendita
CPM28 Guerrilla advertising
CPM29 Valorizzazione dell'immagine
CPM30 Francobolli promozionali
CPM00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

GADGET (articoli in omaggio; NO FORMATO DIGITALE)

Per vincere un premio nella nostra categoria gadget, bisogna essere ultraspeciali. E aver valorizzato queste categorie uniche fino a renderle degne di nota.

CSA35 Consumer
CSA36 Uso interno
Business-to-business
CSA00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

CONCORSO DIGITALE E INTERATTIVA

PRODOTTI E SERVIZI

Il valore di una pubblicità emerge quando questa viene messa a confronto con altri lavori della stessa categoria.

IA01 Abbigliamento (vestiti, calzature, ecc.)
IA02 Ricambi e servizi auto (pneumatici, batterie, ecc.)
IA03 Automobili (autoveicoli, motoveicoli, 4x4, ecc.)
IA04 Bevande alcoliche
IA05 Bevande non alcoliche
IA06 Prodotti e servizi per aziende (computer, fotocopiatrici, ecc.)
IA07 Dolciumi, snack (gelati, gomme, caramelle, patatine, ecc.)
IA08 Selezione del personale, informazione, immagine aziendale
IA09 Cosmetici, prodotti di bellezza, articoli da toletta (trucchi, saponi, ecc.)
IA10 Istituti di istruzione (scuole, centri studi, ecc.)
IA11 Promozione dell'intrattenimento (cinema e teatri, eventi sportivi, lotteria)
IA12 Servizi finanziari (banche, assicurazioni, società di investimento, ecc.)
IA13 Alimentari
IA14 Prodotti sanitari (farmaceutici, presidi sanitari, ecc.)
IA15 Elettrodomestici, arredamenti (camera da letto, mobilio, ecc.)
IA16 Prodotti e servizi per la casa (pulizia, prodotti per animali, utenze, ecc.)
IA17 Promozioni per broadcasting (TV, radio, TV via cavo, web)
IA18 Promozioni per stampa (riviste, quotidiani)
IA19 Beni per la persona (orologi, cellulari, palmari, tele/fotocamere)
IA20 Servizi professionali (ospedali, studi legali, agenzie immobiliari, ecc.)
IA21 Tempo libero (televisioni, radio, giochi, attrezzature sportive)
IA22 Ristoranti
IA23 Negozi di vendita al dettaglio (grandi magazzini, negozi specializzati, supermercati, ecc.)
IA24 Servizi di telecomunicazione (telefono, Internet, cavo, ecc.)
IA25 Trasporti, viaggi, turismo (metropolitane, compagnie aeree, alberghi)
IA00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

PUBBLICITÀ DI SERVIZIO

Possiamo chiamarlo karma. Cosa c'è di meglio che vincere un premio per aver fatto una cosa buona per gli altri?

IA30 Educazione civica e sociale (diritti degli animali, sicurezza sulle strade, ecc.)

IA31 Temi ambientali

IA32 Sanità (malattie trasmissibili, abuso di sostanze, ecc.)

IA33 Appelli filantropici (sostegno finanziario, ecc.)

IA34 Promozione della pace e dei diritti umani

CATEGORIE SPECIALI

Per vincere un premio nelle nostre categorie speciali bisogna essere ultraspeciali. E aver sviluppato queste categorie inesplorate fino a renderle degne di nota.

IA40 Migliore uso del mezzo, microsito

IA41 Migliore uso del mezzo, pubblicità online (banner, popup, ecc.)

IA42 Migliore uso del mezzo, sito web

IA43 Pubblicità gay e lesbo

IA44 Sponsorizzazione a tema olimpico

IA45 Pubblicità politica

PUBBLICITÀ ONLINE

Vale la pena specializzarsi. Sei il migliore per un particolare mezzo di comunicazione? Abbiamo un premio per te.

IA46 Banner semplici (solo link, senza rich media)

IA47 Banner con rich media

IA48 Pubblicità popup e popunder

IA49 Oltre il banner (elementi interstiziali, tecnologia push, ecc.)

IA50 Pubblicità interattive in streaming e broadcasting

IA51 Newsletter e marketing via e-mail

IA52 Campagna pubblicitaria online

IA53 Altro (la categoria verrà attribuita dalla giuria)

IA54 Strumenti interattivi (widget, screensaver, ecc.)

IA55 Webisode

MOBILE

Per esplorare lo spazio della comunicazione mobile occorrono lungimiranza e una grande curiosità per l'incognito. È qui che vengono premiati i migliori sforzi in questo campo.

IA60 Pubblicità Bluetooth

IA61 Pubblicità incorporata nelle applicazioni

IA62 Uso delle comunicazioni mobili B2B

IA63 Uso delle comunicazioni mobili consumer

IA64 Marketing virale nelle comunicazioni mobili

IA65 Mobisode

IA66 SMS

ADVERGAME E MARKETING VIRALE

Esistono molti giochi creati per il divertimento puro. Il tuo lavoro, oltre a intrattenere, promuove il tuo prodotto. È abbastanza buono da farti meritare il premio?

- IA70 Pubblicità e promozioni
- IA71 Business-to-business
- IA72 Business-to-consumer
- IA73 Educativo, non-profit
- IA74 Addestramento, formazione

CONCORSO DESIGN (formato originale + JPG)

COMPANY IDENTITY (non più di tre lavori per campagna, NO FORMATO DIGITALE)

Corporate Identity: l'identità aziendale lascia il segno in ogni iniziativa aziendale. Ma probabilmente non ti accontenti della gratitudine del CEO; immaginiamo che potresti gradire l'apprezzamento da parte dei tuoi pari.

- DCI01 Identità del marchio
- DCI02 Calendari
- DCI03 Cataloghi, brochure, opuscoli
- DCI04 Chioschi, ingresso frontale
- DCI05 Loghi
- DCI06 Prodotti ed etichette con logo
- DCI07 Vendita al dettaglio
- DCI08 Shopper
- DCI09 Cancelleria
- DCI00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

PACKAGE DESIGN (NO FORMATO DIGITALE)

Si dice che il design sia la nuova pubblicità. Per questo il packaging è persino più visibile di quanto non lo sia mai stato prima. Per non parlare delle persone che sono brave nel crearlo.

- DPD10 Abbigliamento e accessori
- DPD11 Settore automobilistico
- DPD12 Bevande alcoliche
- DPD13 Bevande non alcoliche
- DPD14 Prodotti per aziende e uffici
- DPD15 Cosmetici, articoli da toletta
- DPD16 Intrattenimento, tempo libero
- DPD17 Alimentari
- DPD18 Casalinghi
- DPD19 Prodotti farmaceutici
- DPD20 Vendita al dettaglio: prodotti del proprio marchio
- DPD00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

DESIGN ONLINE

I siti web devono essere funzionali. Ma devono anche avere un aspetto accattivante. Questo premio è per chi ha saputo migliorare l'esperienza online attraverso un design superiore.

- DOL25 Banner
- DOL26 Immagine/identità aziendale
- DOL27 Costruzione e promozione del marchio

DOL28 Direct Response
DOL29 Promozione di eventi
DOL30 Home page
DOL31 Jump page
DOL32 Pubblicità di prodotti
DOL33 Pubblicità di servizio/non-profit
DOL34 Progettazione complessiva di siti web
DOL00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

CONCORSO MEZZI DI COMUNICAZIONE MISTI
(massimo due lavori per mezzo di comunicazione)

PRODOTTI E SERVIZI

Il valore di una pubblicità emerge quando questa viene messa a confronto con altri lavori della stessa categoria.

IM01 Abbigliamento (vestiti, calzature, ecc.)
IM02 Ricambi e servizi auto (pneumatici, batterie, ecc.)
IM03 Automobili (autoveicoli, motoveicoli, 4x4, ecc.)
IM04 Bevande alcoliche
IM05 Bevande non alcoliche
IM06 Prodotti e servizi per aziende (computer, fotocopiatrici, ecc.)
IM07 Dolciumi, snack (gelati, gomme, caramelle, patatine, ecc.)
IM08 Selezione del personale, informazione, immagine aziendale
IM09 Cosmetici, prodotti di bellezza, articoli da toletta (trucchi, saponi, ecc.)
IM10 Istituti di istruzione (scuole, centri studi, ecc.)
IM11 Promozione dell'intrattenimento (cinema e teatri, eventi sportivi, lotteria)
IM12 Servizi finanziari (banche, assicurazioni, società di investimento, ecc.)
IM13 Alimentari
IM14 Prodotti sanitari (farmaceutici, presidi sanitari, ecc.)
IM15 Elettrodomestici, arredamenti (camera da letto, mobilio, ecc.)
IM16 Prodotti e servizi per la casa (pulizia, prodotti per animali, utenze, ecc.)
IM17 Promozioni per broadcasting (TV, radio, TV via cavo, web)
IM18 Promozioni per stampa (riviste, quotidiani)
IM19 Beni per la persona (orologi, cellulari, palmari, tele/fotocamere)
IM20 Servizi professionali (ospedali, studi legali, agenzie immobiliari, ecc.)
IM21 Tempo libero (televisioni, radio, giochi, attrezzature sportive)
IM22 Ristoranti
IM23 Negozi di vendita al dettaglio (grandi magazzini, negozi specializzati, supermercati, ecc.)
IM24 Servizi di telecomunicazione (telefono, Internet, cavo, ecc.)
IM25 Trasporti, viaggi, turismo (metropolitane, compagnie aeree, alberghi)
IM00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

PUBBLICITÀ DI SERVIZIO

Possiamo chiamarlo karma. Cosa c'è di meglio che vincere un premio per aver fatto una cosa buona per gli altri?

IM30 Educazione civica e sociale (diritti degli animali, sicurezza sulle strade, ecc.)
IM31 Temi ambientali
IM32 Sanità (malattie trasmissibili, abuso di sostanze, ecc.)

IM33 Appelli filantropici (sostegno finanziario, ecc.)

IM34 Promozione della pace e dei diritti umani

CONCORSO ESTERNA (JPG)

Per singole affissioni o campagne (non più di tre lavori per campagna)

Prodotti e servizi

La vera efficacia di una pubblicità per esterni emerge prepotentemente quando viene messa a confronto con altri lavori della stessa categoria.

OA01 Abbigliamento (vestiti, calzature, ecc.)

OA02 Ricambi e servizi auto (pneumatici, batterie, ecc.)

OA03 Automobili (autoveicoli, motoveicoli, 4x4, ecc.)

OA04 Bevande alcoliche

OA05 Bevande non alcoliche

OA06 Prodotti e servizi per aziende (computer, fotocopiatrici, ecc.)

OA07 Dolciumi, snack (gelati, gomme, caramelle, patatine, ecc.)

OA08 Selezione del personale, informazione, immagine aziendale

OA09 Cosmetici, prodotti di bellezza, articoli da toletta (trucchi, saponi, ecc.)

OA10 Istituti di istruzione (scuole, centri studi, ecc.)

OA11 Promozione dell'intrattenimento (cinema e teatri, eventi sportivi, lotteria)

OA12 Servizi finanziari (banche, assicurazioni, società di investimento, ecc.)

OA13 Alimentari

OA14 Prodotti sanitari (farmaceutici, presidi sanitari, ecc.)

OA15 Elettrodomestici, arredamenti (camera da letto, mobilio, ecc.)

OA16 Prodotti e servizi per la casa (pulizia, prodotti per animali, utenze, ecc.)

OA17 Promozioni per broadcasting (TV, radio, TV via cavo, web)

OA18 Promozioni per stampa (riviste, quotidiani)

OA19 Beni per la persona (orologi, cellulari, palmari, tele/fotocamere)

OA20 Servizi professionali (ospedali, studi legali, agenzie immobiliari, ecc.)

OA21 Tempo libero (televisioni, radio, giochi, attrezzature sportive)

OA22 Ristoranti (fast food, ecc.)

OA23 Negozi di vendita al dettaglio (grandi magazzini, negozi specializzati, supermercati, ecc.)

OA24 Servizi di telecomunicazione (telefono, Internet, cavo, ecc.)

OA25 Trasporti, viaggi, turismo (metropolitane, compagnie aeree, alberghi)

OA00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

PUBBLICITÀ DI SERVIZIO

Possiamo chiamarlo karma. Cosa c'è di meglio che vincere un premio per aver fatto una cosa buona per gli altri?

OA30 Educazione civica e sociale (diritti degli animali, sicurezza sulle strade, ecc.)

OA31 Temi ambientali

OA32 Sanità (malattie trasmissibili, abuso di sostanze, ecc.)

OA33 Appelli filantropici (sostegno finanziario, ecc.)

OA34 Promozione della pace e dei diritti umani

CATEGORIE SPECIALI

Per vincere un premio nelle nostre categorie speciali di pubblicità esterna, bisogna essere ultraspeciali. E aver trovato il modo di rendere ancora più unico qualcosa che è già unico.

- OA40 Migliore uso del mezzo, cartelloni
- OA41 Migliore uso del mezzo, pensiline di autobus
- OA42 Migliore uso del mezzo, pubblicità su automezzi
- OA43 Migliore uso del mezzo, affissioni
- OA44 Migliore uso del mezzo, transit advertising
- OA45 Pubblicità gay e lesbo
- OA46 Sponsorizzazione a tema olimpico
- OA47 Pubblicità politica
- OA48 Spec work

CONCORSO STAMPA (JPG)

Per pubblicità o campagne singole (non più di tre lavori per campagna)

Prodotti e servizi

La vera efficacia di una pubblicità per la stampa emerge prepotentemente quando viene messa a confronto con altri lavori della stessa categoria.

- PA01 Abbigliamento (vestiti, calzature, ecc.)
- PA02 Ricambi e servizi auto (pneumatici, batterie, ecc.)
- PA03 Automobili (autoveicoli, motoveicoli, 4x4, ecc.)
- PA04 Bevande alcoliche
- PA05 Bevande non alcoliche
- PA06 Prodotti e servizi per aziende (computer, fotocopiatrici, ecc.)
- PA07 Dolciumi, snack (gelati, gomme, caramelle, patatine, ecc.)
- PA08 Selezione del personale, informazione, immagine aziendale
- PA09 Cosmetici, prodotti di bellezza, articoli da toeletta (trucchi, saponi, ecc.)
- PA10 Istituti di istruzione (scuole, centri studi, ecc.)
- PA11 Promozione dell'intrattenimento (cinema e teatri, eventi sportivi, lotteria)
- PA12 Servizi finanziari (banche, assicurazioni, società di investimento, ecc.)
- PA13 Alimentari
- PA14 Prodotti sanitari (farmaceutici, presidi sanitari, ecc.)
- PA15 Elettrodomestici, arredamenti (camera da letto, mobilio, ecc.)
- PA16 Prodotti e servizi per la casa (pulizia, prodotti per animali, utenze, ecc.)
- PA17 Promozioni per broadcasting (TV, radio, TV via cavo, web)
- PA18 Promozioni per stampa (riviste, quotidiani)
- PA19 Beni per la persona (orologi, cellulari, palmari, tele/fotocamere)
- PA20 Servizi professionali (ospedali, studi legali, agenzie immobiliari, ecc.)
- PA21 Tempo libero (televisioni, radio, giochi, attrezzature sportive)
- PA22 Ristoranti
- PA23 Negozi di vendita al dettaglio (grandi magazzini, negozi specializzati, supermercati, ecc.)
- PA24 Servizi di telecomunicazione (telefono, Internet, cavo, ecc.)
- PA25 Trasporti, viaggi, turismo (metropolitane, compagnie aeree, alberghi)
- PA00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

Pubblicità di servizio

Possiamo chiamarlo karma. Cosa c'è di meglio che vincere un premio per aver fatto una cosa buona per gli altri?

PA30 Educazione civica e sociale (diritti degli animali, sicurezza sulle strade, ecc.)

PA31 Temi ambientali

PA32 Sanità (malattie trasmissibili, abuso di sostanze, ecc.)

PA33 Appelli filantropici (sostegno finanziario, ecc.)

PA34 Promozione della pace e dei diritti umani

Categorie speciali

Per vincere un premio nelle nostre categorie speciali di pubblicità per la stampa, bisogna essere ultraspeciali. E aver trovato il modo di rendere ancora più unico qualcosa che è già unico.

PA40 Migliore uso del mezzo, quotidiani

PA41 Migliore uso del mezzo, riviste

PA42 Pubblicità gay e lesbo

PA43 Sponsorizzazione a tema olimpico

PA44 Pubblicità politica

PA45 Insetto prestampato

CONCORSO RADIO (MP3)

Per singoli spot o campagne (non più di tre lavori per campagna)

Prodotti e servizi

La vera efficacia di una pubblicità per la radio emerge prepotentemente quando viene messa a confronto con altri lavori della stessa categoria.

RA01 Abbigliamento (vestiti, calzature, ecc.)

RA02 Ricambi e servizi auto (pneumatici, batterie, ecc.)

RA03 Automobili (autoveicoli, motoveicoli, 4x4, ecc.)

RA04 Bevande alcoliche

RA05 Bevande non alcoliche

RA06 Prodotti e servizi per aziende (computer, fotocopiatrici, ecc.)

RA07 Dolciumi, snack (gelati, gomme, caramelle, patatine, ecc.)

RA08 Selezione del personale, informazione, immagine aziendale

RA09 Cosmetici, prodotti di bellezza, articoli da toeletta (trucchi, saponi, ecc.)

RA10 Istituti di istruzione (scuole, centri studi, ecc.)

RA11 Promozione dell'intrattenimento (cinema e teatri, eventi sportivi, lotteria)

RA12 Servizi finanziari (banche, assicurazioni, società di investimento, ecc.)

RA13 Alimentari

RA14 Prodotti sanitari (farmaceutici, presidi sanitari, ecc.)

RA15 Elettrodomestici, arredamenti (camera da letto, mobilio, ecc.)

RA16 Prodotti e servizi per la casa (pulizia, prodotti per animali, utenze, ecc.)

RA17 Promozioni per broadcasting (TV, radio, TV via cavo, web)

RA18 Promozioni per stampa (riviste, quotidiani)

RA19 Beni per la persona (orologi, cellulari, palmari, tele/fotocamere)

RA20 Servizi professionali (ospedali, studi legali, agenzie immobiliari, ecc.)

RA21 Tempo libero (televisioni, radio, giochi, attrezzature sportive)

RA22 Ristoranti

- RA23 Negozi di vendita al dettaglio (grandi magazzini, negozi specializzati, supermercati, ecc.)
- RA24 Servizi di telecomunicazione (telefono, Internet, cavo, ecc.)
- RA25 Trasporti, viaggi, turismo (metropolitane, compagnie aeree, alberghi)
- RA00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

PUBBLICITÀ DI SERVIZIO

Possiamo chiamarlo karma. Cosa c'è di meglio che vincere un premio per aver fatto una cosa buona per gli altri?

- RA30 Educazione civica e sociale (diritti degli animali, sicurezza sulle strade, ecc.)
- RA31 Temi ambientali
- RA32 Sanità (malattie trasmissibili, abuso di sostanze, ecc.)
- RA33 Appelli filantropici (sostegno finanziario, ecc.)
- RA34 Promozione della pace e dei diritti umani (problemi delle minoranze, questioni religiose, ecc.)

CATEGORIE SPECIALI

Per vincere un premio nelle nostre categorie speciali di pubblicità per la radio, bisogna essere ultraspeciali. E aver trovato qualcosa di prezioso in una categoria che spesso passa inosservata.

- RA40 Migliore uso del mezzo
- RA41 Direct Response
- RA42 Pubblicità gay e lesbo
- RA43 Sponsorizzazione a tema olimpico
- RA44 Pubblicità politica
- RA45 Prodotto da emittente radio

CONCORSO STUDENTI

PROPOSTE COLLATERALE (formato originale + JPG)

- SDM01 Mailing diretto
- SPM02 Marketing promozionale

PROPOSTE DESIGN (formato originale + JPG)

- SCI05 Company Identity
- SPD06 Package Design
- SOL07 Design online

PROPOSTE PUBBLICITÀ ESTERNA (JPG)

- SOA10 Prodotto
- SOA11 Servizio
- SOA12 Intrattenimento

PROPOSTE PUBBLICITÀ STAMPATA (JPG)

- SPA15 Rivista
- SPA16 Quotidiano

PROPOSTE PUBBLICITÀ RADIOFONICA (MP3)

- SRA20 Prodotto
- SRA21 Servizio
- SRA22 Intrattenimento

PROPOSTE PUBBLICITÀ TELEVISIVA (MP3)

STA25 Prodotto

STA26 Servizio

STA27 Intrattenimento

PROPOSTE ESECUZIONE (vedere il mezzo di comunicazione appropriato per il formato appropriato)

SXD30 Design

SXO31 Esterna

SXP32 Stampa

SXR33 Radio

SXT34 TV/Cinema

PROPOSTE MEZZI DI COMUNICAZIONE MISTI (massimo due lavori per mezzo di comunicazione)

SMM40 Mezzi di comunicazione misti/integrati

PROPOSTE INTERATTIVE (qualsiasi formato digitale)

SIA45 Microsito

SIA46 Pubblicità online (banner, popup, ecc.)

SIA47 Sito web

CONCORSO TV/CINEMA (MOV)

Per singoli spot o campagne (non più di tre lavori per campagna)

ATTENZIONE: GLI SPOT SINGOLI DI DURATA SUPERIORE A 120 SECONDI DOVRANNO ESSERE ISCRITTI NELLA CATEGORIA TA48.

PRODOTTI E SERVIZI

Il valore di una pubblicità emerge quando questa viene messa a confronto con altri lavori della stessa categoria.

TA01 Abbigliamento (vestiti, calzature, ecc.)

TA02 Ricambi e servizi auto (pneumatici, batterie, ecc.)

TA03 Automobili (autoveicoli, motoveicoli, 4x4, ecc.)

TA04 Bevande alcoliche

TA05 Bevande non alcoliche

TA06 Prodotti e servizi per aziende (computer, fotocopiatrici, ecc.)

TA07 Dolciumi, snack (gelati, gomme, caramelle, patatine, ecc.)

TA08 Selezione del personale, informazione, immagine aziendale

TA09 Cosmetici, prodotti di bellezza, articoli da toeletta (trucchi, saponi, ecc.)

TA10 Istituti di istruzione (scuole, centri studi, ecc.)

TA11 Promozione dell'intrattenimento (cinema e teatri, eventi sportivi, lotteria)

TA12 Servizi finanziari (banche, assicurazioni, società di investimento, ecc.)

TA13 Alimentari

TA14 Prodotti sanitari (farmaceutici, presidi sanitari, ecc.)

TA15 Elettrodomestici, arredamenti (camera da letto, mobilio, ecc.)

TA16 Prodotti e servizi per la casa (pulizia, prodotti per animali, utenze, ecc.)

TA17 Promozioni per broadcasting (TV, radio, TV via cavo, web)

TA18 Promozioni per stampa (riviste, quotidiani)

- TA19 Beni per la persona (orologi, cellulari, palmari, tele/fotocamere)
- TA20 Servizi professionali (ospedali, studi legali, agenzie immobiliari, ecc.)
- TA21 Tempo libero (televisioni, radio, giochi, attrezzature sportive)
- TA22 Ristoranti
- TA23 Negozi di vendita al dettaglio (grandi magazzini, negozi specializzati, supermercati, ecc.)
- TA24 Servizi di telecomunicazione (telefono, Internet, cavo, ecc.)
- TA25 Trasporti, viaggi, turismo (metropolitane, compagnie aeree, alberghi)
- TA00 Altro (la categoria verrà attribuita da NYF)

PUBBLICITÀ DI SERVIZIO

Possiamo chiamarlo karma. Cosa c'è di meglio che vincere un premio per aver fatto una cosa buona per gli altri?

- TA30 Educazione civica e sociale (diritti degli animali, sicurezza sulle strade, ecc.)
- TA31 Temi ambientali
- TA32 Sanità (malattie trasmissibili, abuso di sostanze, ecc.)
- TA33 Appelli filantropici (sostegno finanziario, ecc.)
- TA34 Promozione della pace e dei diritti umani

CATEGORIE SPECIALI

Per vincere un premio nelle nostre categorie speciali bisogna essere ultraspeciali. E aver sviluppato queste categorie inesplorate fino a renderle degne di nota.

- TA40 Migliore uso del mezzo, cinema
- TA41 Migliore uso del mezzo, TV
- TA42 Migliore uso del mezzo, telefoni cellulari
- TA43 Pubblicità gay e lesbo
- TA44 Budget contenuto (inferiore a \$35.000 USD)
- TA45 Trailer cinematografici
- TA44 Sponsorizzazione a tema olimpico
- TA47 Pubblicità politica
- TA48 Spot di durata superiore a 120 secondi