



ART DIRECTORS  
CLUB ITALIANO

**ADCI  
AWARDS  
2026**

REGOLAMENTO



## CALL FOR ENTRIES - ADICI AWARDS 2026 - 41° EDIZIONE

L'Art Directors Club Italiano (ADICI) è l'associazione culturale che dal 1985 promuove l'eccellenza creativa nella comunicazione pubblicitaria e visiva, riunendo professionisti e professionisti che contribuiscono a definire gli standard qualitativi del settore in Italia.

Gli ADICI Awards rappresentano il principale riconoscimento italiano dedicato alla creatività e all'efficacia delle idee, dei linguaggi e dei progetti di comunicazione. Ogni anno, l'ADICI seleziona e premia i lavori più rilevanti attraverso un sistema di shortlist e premi (Bronzo, Argento, Oro), due Grand Prix - di cui uno riservato ai progetti Non Profit - e una serie di riconoscimenti speciali: il Premio Equal per l'inclusione e la rappresentazione responsabile, il Premio #LIFEHACKER per le idee che migliorano la vita delle persone, e il Best Use of YouTube, in collaborazione con la piattaforma stessa.

Tutti i lavori selezionati vengono pubblicati sul sito [adici.it](http://adici.it).

Gli ADICI Awards non sono solo un riconoscimento del talento: sono lo specchio dell'evoluzione dei mezzi, dei codici culturali e delle responsabilità della comunicazione contemporanea.



## Indice

1. NOVITÀ E REVISIONE 2026 - PER AREA	4
2. SOGGETTO SINGOLO & MULTISOGGETTO	6
3. USO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE	7
4. DATA ULTIMA PER L'ISCRIZIONE	7
5. ELEGGIBILITÀ	8
6. COMPOSIZIONE GIURIE ADCI AWARDS 2026	8
7. PROCESSO DI GIURIA ADCI AWARDS 2026	10
6. PROCLAMAZIONE E CONSEGNA DEI PREMI	14
7. PUBBLICAZIONE DEI LAVORI PREMIATI	14
8. CATEGORIE	14
9. SPECIFICHE TECNICHE PER I MATERIALI RICHIESTI ALL'ISCRIZIONE	15
10. QUOTE DI PARTECIPAZIONE	16
11. TRATTAMENTO E PUBBLICAZIONE DELLE OPERE ISCRITTE	16



# 1. NOVITÀ E REVISIONE 2026 - PER AREA

## • ENTERTAINMENT, CULTURE & CONTENT (precedentemente Branded Entertainment)

La revisione complessiva di Branded Entertainment, che cambia nome da in Entertainment, Culture & Content, per riflettere in modo più attuale l'evoluzione del mercato: non solo contenuti brandizzati, ma progetti capaci di generare intrattenimento, rilevanza culturale e connessione con le community.

La struttura è stata semplificata eliminando il precedente impianto basato sui canali distributivi (TV Driven, Digital Driven, Social Media Driven), oggi superato, a favore di categorie più aderenti ai linguaggi contemporanei e alle modalità reali di fruizione dei contenuti.

Sono state introdotte nuove aree in forte crescita come Live Experience, Influencer & Co-creation e Strategic Partnerships, mentre categorie come Gaming, Music e Sport sono state rafforzate per valorizzare meglio i progetti legati alle passion point e alle community.

L'obiettivo della revisione è rendere la sezione più chiara, contemporanea e allineata agli standard internazionali, facilitando sia le iscrizioni sia il lavoro delle giurie.

### NUOVA STRUTTURAZIONE DELLA MACROAREA:

#### M.1 - ENTERTAINMENT, CULTURE & CONTENT

Progetti che utilizzano contenuti, cultura e intrattenimento per creare connessioni rilevanti tra brand e persone. La sezione premia idee capaci di generare attenzione, partecipazione e valore attraverso narrazione, esperienze, community e collaborazioni.

##### **Video Short**

Contenuti audiovisivi fino a 5 minuti, scripted o non scripted, distribuiti su TV, piattaforme digitali, connected TV e altri ambienti di fruizione, inclusa la distribuzione su canali cinematografici.

##### **Video Long & Series**

Contenuti audiovisivi oltre i 5 minuti o sviluppati in formato seriale, episodico o continuativo, scripted o non scripted, distribuiti su TV, piattaforme digitali, connected TV e altri ambienti di fruizione.

##### **Audio**

Contenuti progettati per radio, podcast e altre piattaforme audio/ambienti sonori, inclusi format editoriali, programmi e produzioni originali.

##### **Brand Integration**

Integrazione del brand all'interno di contenuti esistenti (programmi TV, film, documentari, format editoriali), sviluppata in modo organico e rilevante per la narrazione.

##### **Live Experience**

Esperienze di intrattenimento dal vivo, fisiche o virtuali, inclusi concerti, live streaming, stunt ed eventi, in cui l'intrattenimento rappresenta l'elemento centrale del progetto e il principale driver di coinvolgimento del pubblico.

##### **Brand Journalism**

Contenuti editoriali sviluppati dal brand con approccio giornalistico, informativo o documentale, capaci di informare, raccontare e generare rilevanza culturale.

##### **Music - Branded Project**

Progetti basati su contenuti o collaborazioni musicali sviluppati da o per un brand, finalizzati a creare valore culturale e connessione con il pubblico; la musica rappresenta un'espressione creativa della marca e uno strumento per costruire relazione, contenuto e rilevanza culturale.

##### **Music Marketing**

Progetti di comunicazione, basati su contenuti o collaborazioni musicali e sviluppati per il lancio e la promozione di artisti, album, concerti o iniziative musicali, in cui il brand coincide con l'artista o il progetto musicale.



**Music - Best Use of Community**

Progetti, basati su contenuti o collaborazioni musicali, che coinvolgono attivamente community musicali, fanbase o creator, dimostrando come la partecipazione del pubblico abbia contribuito in modo significativo alla diffusione, rilevanza o evoluzione del progetto.

**Gaming - Best Use of Community**

Progetti che connettono persone e brand attraverso il gaming, il gameplay e gli ambienti di gioco, utilizzando dinamiche interattive per creare esperienze coinvolgenti e rilevanti. I lavori dovranno dimostrare di aver generato valore concreto sia per la community di riferimento sia per l'esperienza di gioco complessiva, producendo al tempo stesso risultati significativi per il brand. Saranno valorizzati in particolare i progetti capaci di attivare e coinvolgere le community di giocatori, favorendo partecipazione attiva, engagement e impatto duraturo.

**Sport**

Progetti che utilizzano il potere dello sport, la fan culture, talent, sponsorship o competizioni sportive attivando fanbase e community sportive per creare engagement tra brand & audience e impatto culturale. Il lavoro dovrà dimostrare sia eccellenza creativa all'interno dell'ecosistema sportivo ed esports, sia come il coinvolgimento dei fan abbia amplificato l'impatto del progetto stesso e rafforzato la connessione tra brand e cultura sportiva attraverso l'uso efficace di strategia, sponsorizzazioni, contenuti, media e/o talento.

**Influencer & Co-creation**

Progetti sviluppati in collaborazione con creator e influencer, in cui il contenuto nasce da un processo di co-creazione autentico tra brand e community.

**Strategic Partnerships**

Categoria riservata a progetti che nascono da collaborazioni strategiche tra brand, media company, piattaforme, talent (artista, creator, performer) o organizzazioni che attraverso contenuti e intrattenimento generano valore reciproco e raggiungono obiettivi di business condivisi. I progetti vengono valutati sulla base dell'efficacia, dell'integrazione creativa e del beneficio reciproco.

**No Profit**

Categoria riservata a progetti di branded entertainment, in qualunque formato, sviluppati per organizzazioni non profit, fondazioni, ONG o iniziative a impatto sociale.

• **EQUAL**

Dal 2026 il premio special EQUAL diventa una categoria a tutti gli effetti, articolata in tre sottocategorie – profit, no profit e studenti. Inoltre, viene richiesto un contributo all'iscrizione, come avviene anche negli altri premi internazionali.

Divenendo categoria, ci sarà quindi la possibilità di assegnare shortlist e metalli, gli eventuali ORI concorrono al Grand Prix di riferimento (Profit o Non Profit).



## 2. SOGGETTO SINGOLO & MULTISOGGETTO

### Chiarezza sulla struttura delle campagne

Per garantire maggiore trasparenza e uniformità nell'iscrizione dei progetti, sul sito è presente una sezione dedicata alla distinzione tra soggetto singolo e campagna multisoggetto.

Questa specifica è fondamentale per comprendere come iscrivere correttamente un progetto e quante entry sono necessarie in base alla struttura creativa del lavoro presentato.

### Cosa si intende per soggetto singolo

Una entry iscritta alla Call for Entries corrisponde, salvo diversa indicazione, a un singolo soggetto creativo. Per soggetto singolo si intende un contenuto unico, completo e indipendente: ad esempio un video, una stampa, un audio o un contenuto digital, che può essere fruito autonomamente e rappresenta in sé l'idea progettuale.

#### **Esempi:**

- Uno spot TV da 30"
- Un poster singolo
- Un audio radiofonico
- Un singolo contenuto digital

### Quando si tratta di campagna multisoggetto

Si definisce multisoggetto una campagna composta da più soggetti distinti, ognuno con caratteristiche proprie (visual, headline, format, ecc.) ma uniti da una logica creativa e strategica comune. Ogni soggetto è parte di un sistema e contribuisce a costruire il messaggio complessivo della campagna.

#### Per essere iscritta come campagna multisoggetto, l'entry deve:

- Comprendere almeno 3 soggetti diversi, sviluppati come parte della stessa idea o piattaforma creativa.
- Rispettare il numero massimo di 7 soggetti per entry (a meno di diversa indicazione nella categoria specifica).
- Rientrare in una delle categorie che prevedono esplicitamente la modalità multisoggetto, come per esempio:
  - Print & Publishing
  - Outdoor
  - Digital / Website / Social
  - Design / Editorial Series
  - Branded Content / Episodic
  - Altre sezioni dove la logica della campagna lo richieda (verrà indicato nella descrizione di categoria)



### 3. USO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

A partire dall'edizione 2025, è obbligatorio dichiarare l'uso della AI nei progetti iscritti agli ADCI Awards. Nella schermata di compilazione dei dati del lavoro candidato ci saranno due checkbox obbligatoria recanti le seguenti diciture:

- *“Dichiaro che nel progetto è stato utilizzato uno o più strumenti di Intelligenza Artificiale e accetto di fornire i dettagli richiesti.”*
- *“No, non è stato utilizzato alcun strumenti di Intelligenza Artificiale”*

Flaggando il primo checkbox, apparirà un campo di testo libero obbligatorio da compilare, recante la seguente indicazione::

- *Descrivi in modo chiaro e sintetico come e in quale fase del processo creativo è stata utilizzata l'AI. (Es. generazione immagini, ricerca insight, sviluppo testi, assistenza al montaggio, ecc.)*

#### Perché lo chiediamo

L'Intelligenza Artificiale è ormai parte integrante dei processi creativi e, come tale, può essere utilizzata nelle iscrizioni agli ADCI Awards 2025. Il suo impiego è consentito, **purché venga chiaramente dichiarato** all'interno del form di iscrizione.

**Ciò che valutiamo resta l'idea creativa e la qualità del pensiero strategico che la sostiene**, indipendentemente dagli strumenti utilizzati per realizzarla. Curare un'idea significa crearla: una visione originale e le domande giuste possono portare a risultati sorprendenti, mentre un uso superficiale o prevedibile, anche dell'AI, rischia di produrre lavori poco rilevanti.

**L'AI deve essere considerata come uno strumento al pari di qualsiasi altro**: ciò che premiamo è la capacità di utilizzarla con intelligenza, gusto e coerenza. Per garantire trasparenza e correttezza nella valutazione, non saranno ammessi lavori interamente o prevalentemente generati dall'AI che non dimostrino un impiego creativo, originale e consapevole. In questi casi, l'organizzazione si riserva il diritto di escludere l'iscrizione dal concorso.

**In fase di iscrizione è fondamentale specificare con precisione in che modo e in quale fase del processo creativo sia stata utilizzata l'AI**. L'abilità nel governare gli strumenti a disposizione - incluso l'uso consapevole dell'intelligenza artificiale - rappresenta oggi un aspetto cruciale della creatività contemporanea.

### 4. DATA ULTIMA PER L'ISCRIZIONE

Le iscrizioni dei lavori dovranno essere effettuate entro e non oltre il 02 ottobre 2026 sul sito [cfe.adci.it](http://cfe.adci.it). La scadenza del 02 ottobre sarà anche l'ultimo giorno utile per il caricamento dei materiali e l'invio della candidatura del lavoro.



## 5. ELEGGIBILITÀ

Sono iscrivibili i lavori usciti nel 2025 e mai iscritti agli ADCI Awards nonché i lavori usciti entro il 02 ottobre 2026.

Per iscrivere i lavori e partecipare agli ADCI Awards non è necessario essere socio ADCI. È fondamentale invece che il lavoro sia approvato dal committente e pianificato su mezzi coerenti con il target e con gli obiettivi di comunicazione. ADCI premia e incoraggia l'eccellenza creativa quanto la deontologia professionale e considera pertanto scorretto non solo il plagio, ma anche tutte le pratiche di alterazione che portano a una differenza sostanziale tra il lavoro iscritto agli ADCI Awards e quello effettivamente uscito.

A puro titolo di esempio: il rimontaggio di uno spot, l'alterazione di una headline, di un payoff, etc. L'effettiva pianificazione dei lavori, l'approvazione del committente, l'assenza di plagio e la rispondenza tra quanto iscritto e quanto pubblicato potranno essere accertate, da quando si chiudono le iscrizioni e fino alla data di assegnazione dei premi compresa, attraverso la richiesta di giustificativi, fatture o quanto altro sia ritenuto necessario per convalidare la selezione o il premio.

In caso di mancata presentazione del materiale richiesto o di accertamento di irregolarità, i lavori saranno esclusi e le relative quote non saranno restituite. Un lavoro può essere iscritto a una sola edizione degli ADCI Awards. Qualora risultasse già iscritto in precedenza, il lavoro sarà escluso e la relativa quota non verrà restituita.

**DEADLINE 02 OTTOBRE 2026 - NON SONO ASSOLUTAMENTE PREVISTE ESTENSIONI.**

## 6. COMPOSIZIONE GIURIE ADCI AWARDS 2026

La supervisione degli ADCI Awards 2026 è affidata congiuntamente alla Presidente ADCI e al Presidente degli ADCI Awards nominato dal Consiglio Direttivo.

Il Presidente degli ADCI Awards, in collaborazione con la Presidente ADCI e con una selezione di Consiglieri ADCI, nomina i Presidenti di Giuria e supervisiona il processo di selezione dei giurati.

### Presidenti di Giuria

I Presidenti di Giuria vengono selezionati sulla base dei seguenti criteri:

- comprovata esperienza come Presidenti di giuria in contesti nazionali e/o internazionali;
- partecipazione a giurie nazionali e internazionali;
- riconoscimenti ottenuti negli ultimi 3-5 anni a livello nazionale e internazionale;
- non aver ricoperto il ruolo di Presidente ADCI nei tre anni precedenti;
- equilibrio complessivo nella rappresentanza tra holding company, agenzie indipendenti e professionisti lato cliente/brand.

### Composizione delle Giurie

Ogni Giuria è composta da:

- 1 Presidente di Giuria
- 10 giurati

I giurati vengono selezionati dai rispettivi Presidenti di Giuria, in collaborazione con il Presidente degli ADCI Awards, la Presidente ADCI e una selezione di Consiglieri ADCI.

La composizione di ogni Giuria dovrà rispettare i seguenti criteri:

- equilibrio di genere il più possibile vicino al rapporto 50/50;
- non potrà essere presente più di un rappresentante della stessa agenzia;



## CALL FOR ENTRIES - ADICI AWARDS 2026 - 41° EDIZIONE

- non potrà essere presente più di un rappresentante della stessa holding company, incluso il Presidente di Giuria;
- non potranno essere presenti membri appartenenti al medesimo gruppo societario;
- presenza di professionisti attivi in Italia e/o all'estero;
- prevalenza di soci ADICI (8 su 10 giurati dovranno essere soci ADICI + 1 cliente + 1 professionista esterno) in regola con la quota associativa entro la data indicata nella Call for Entries;
- esclusione dei professionisti che abbiano già fatto parte di una giuria ADICI nell'edizione precedente.

Saranno considerati elementi preferenziali:

- aver ricevuto premi nell'ultima edizione degli ADICI Awards;
- possedere un significativo palmares nazionale e/o internazionale.

### Apertura a profili non tradizionali

Per riflettere l'evoluzione dell'industria creativa e culturale, le Giurie potranno includere anche figure provenienti da ambiti complementari, quali:

- creator e content creator digitali;
- professionisti tech e digital product;
- game designer ed esperti di gaming culture;
- esperti di AI e tecnologie emergenti;
- curatori culturali;
- esperti di community building.

### Quote qualitative obbligatorie

Ogni Giuria dovrà garantire la presenza di:

- almeno 1 professionista Socio ADICI Under 30;
- almeno 1 cliente, professionista tecnico oppure figura culturalmente rilevante;
- almeno 1 professionista alla prima esperienza in una giuria ADICI;
- almeno 1 professionista non recentemente premiato ma riconosciuto come figura culturalmente rilevante;
- almeno 1 freelance socio ADICI;
- su 10 giurati 8 dovranno essere soci ADICI.

Il **giurato esterno** deve essere una persona esperta nelle categorie di competenza della giuria di riferimento e non deve essere mai stato iscritto ad ADICI. Per 'esterno - non socio', infatti, si intende una persona che non ha mai fatto parte dell'Associazione: chi è stato socio in passato, anche se attualmente non in regola con il pagamento della quota, non può essere considerato esterno.

Le quote sopra indicate possono sovrapporsi, purché l'equilibrio complessivo della Giuria rispetti i criteri stabiliti dal presente regolamento.

### Responsabilità delle Giurie

Le Giurie sono responsabili della qualità, correttezza e imparzialità del giudizio espresso sui lavori iscritti.

Le Giurie si riservano il diritto di non assegnare uno o più metalli qualora i lavori iscritti non siano ritenuti all'altezza degli standard creativi promossi dall'ADICI. Tale decisione dovrà essere motivata dal Presidente di Giuria e condivisa con il Presidente degli ADICI Awards.

Il Presidente ADICI e il Presidente degli ADICI Awards esercitano funzione di indirizzo sui criteri di valutazione, di supervisione durante i lavori di giuria e di rappresentanza istituzionale.

### Impegno etico e divieto di lobbying

Tutti i Presidenti di Giuria e i giurati sono tenuti a sottoscrivere una dichiarazione di impegno etico.

È espressamente vietato esercitare, favorire o subire pressioni indebite, attività di lobbying o qualsiasi comportamento volto a influenzare impropriamente il giudizio della Giuria.

Qualsiasi violazione potrà comportare l'esclusione immediata dalla Giuria e l'eventuale revisione dei lavori coinvolti.



### Criteria e Modalità di lavoro

Le Giurie si riservano il diritto di non assegnare tutti i metalli (premi) qualora i lavori iscritti non siano ritenuti all'altezza degli alti standard creativi promossi dal Club, questo dovrà comunque essere motivato chiaramente dal presidente della giuria e dal Presidente degli Awards.

Dal momento della definizione della Shortlist degli ADCI Awards 2025 e fino a 2 (due) settimane dopo, è possibile segnalare, in forma riservata, da parte dei soci ADCI e/o da chiunque abbia iscritto uno o più lavori agli ADCI Awards 2025, quei lavori per i quali ci siano dubbi relativi a eventuali irregolarità.

È dovere di ogni Presidente di Giuria rendere noto prima, durante o dopo la valutazione dei lavori (e quindi anche ad avvenuta assegnazione dei premi), qualsiasi violazione del regolamento degli ADCI Awards o del Manifesto Deontologico dell'ADCl. Ogni violazione comporterà l'esclusione dei lavori da ogni categoria nella quale sono iscritti.

La Presidente ADCI, il Presidente degli ADCI Awards e i Consiglieri ADCI hanno la possibilità, qualora lo ritenessero necessario, di verificare i lavori segnalati con tutti gli strumenti messi loro a disposizione dalla presente Call For Entries, dal momento della segnalazione ricevuta e fino ad assegnazione dei premi compresa.

Hanno inoltre il potere e il dovere di trasferire - a loro insindacabile giudizio ed entro la data di fine dei lavori delle Giurie - alle dovute categorie di appartenenza i lavori che fossero stati iscritti in categorie errate. Durante l'attività delle Giurie, i lavori giudicati non devono essere abbinati in modo visibile agli autori o alle agenzie.

Nell'edizione degli ADCI Awards 2026 le giurie si terranno in un primo momento in pre-votazione online per definire la Longlist, in un secondo momento in adunanza per definire le shortlist, i metalli e i premi speciali, ad eccezione del Best Use of YouTube che verrà deciso nei giorni seguenti da una giuria dedicata e capitanata da un Googler.

Il Presidente di Giuria è responsabile della regolarità della stessa. Alla conclusione dei lavori di Giuria è possibile sia effettuare il ripescaggio di lavori esclusi, per una discussione e votazione aggiuntiva, sia ridiscutere lavori selezionati. Un lavoro può essere riesaminato una sola volta. In caso di parità di voti, il Presidente di Giuria è chiamato a esprimere il suo voto.

**In nessun caso si può votare il lavoro proprio o della propria agenzia.** Quando viene discusso un lavoro della propria agenzia oppure di cui si è autori o co-autori, lo si dichiara al Presidente e alla Giuria e ci si allontana dal tavolo della Giuria, o ci si astiene dal pre-voto. Non è possibile illustrare il proprio progetto. Chi vota o spinge un proprio lavoro o il lavoro della propria agenzia dovrà essere escluso dalla Giuria e il lavoro venire nuovamente sottoposto a votazione.

Se la Giuria non potrà più riunirsi, la decisione verrà demandata al Consiglio Direttivo. La decisione del Consiglio Direttivo è inappellabile e definitiva.

A conclusione dei lavori di Giuria, il Presidente di Giuria è tenuto a convocare in aula il Presidente degli Awards, la presidente di ADCI e il Segretario Generale ADCI per sottoporre il risultato. La presenza in aula è obbligatoria per tutti i giurati fino a quando la giuria non verrà ufficialmente dichiarata chiusa dai Presidenti.

## 7. PROCESSO DI GIURIA ADCI AWARDS 2026

### PRINCIPI:

- Agli ADCI Awards, i giurati sono chiamati a individuare il meglio della creatività italiana all'interno di ciascuna categoria. **Questo significa che, qualora vi siano più lavori ritenuti meritevoli, possono essere assegnati più metalli, inclusi più ori. Tuttavia, si raccomanda di non attribuire più di un oro per categoria, salvo casi eccezionali** in cui la qualità dei lavori lo giustifichi pienamente.
- La creatività, la maestria e l'originalità devono tutte essere prese in considerazione;
- I giurati devono astenersi dal votare per lavori provenienti dalle rispettive agenzie;



## PROCESSO:

- **PRE- GIURIE** - Prima dell'avvio della fase di pre-voting, ogni **Presidente di giuria è tenuto a condurre una sessione di briefing con i propri giurati**, in presenza oppure da remoto. Questo momento di allineamento, supportato dal documento ufficiale "Decalogo delle Giurie", è considerato obbligatorio e imprescindibile per garantire coerenza e qualità nel processo di valutazione. **La sessione potrà essere svolta solo dopo che i Presidenti di giuria avranno partecipato al briefing generale** con il Presidente degli ADCI Awards, affiancato dalla Presidente ADCI, dal Vicepresidente ADCI e dal Segretario Generale ADCI.
- **PRIMA FASE - PRE-VOTING (dal 07.10. al 09.10.2026)** - Online, individuale (scrematura della possibile shortlist) + eventuale confronto in una meet o simili - a discrezione del Presidente di Giuria, previa comunicazione al Presidente degli Awards.
- **SECONDA FASE - RIUNIONE IN PRESENZA (10.10.2026) - Onsite a Milano - Location da confermare.**
  - Durante la riunione in presenza, le giurie si confronteranno per discutere e **per consolidare la rispettiva shortlist entro massimo le ore 15:00.**
- **TERZA FASE - RIUNIONE IN PRESENZA (10.10.2026) - Onsite a Milano - Location da confermare.**
  - Durante la riunione in presenza, le giurie si confronteranno per discutere e **assegnare i metalli (Oro, Argento, Bronzo) per ciascuna categoria.**
  - In questa fase potrà inoltre essere segnalato, se ritenuto opportuno, un progetto meritevole del premio speciale "#LifeHacker".
  - **La candidatura al premio "#LifeHacker" verrà poi presentata**, al termine delle riunioni di giuria, al Presidente degli ADCI Awards, alla Presidente ADCI e al Segretario Generale, in occasione della presentazione ufficiale dei metalli assegnati a conclusione della giuria.
- **QUARTA Fase - RIUNIONE IN PRESENZA (10.10.2026) - Onsite a Milano - Location da confermare.**
  - Concluse tutte le Giurie, si riuniranno solo i Presidenti di Giuria sotto la guida del Presidente degli Awards, in presenza della Presidente ADCI o di un esponente del Consiglio designato per assegnare i due Grand Prix (GRAND PRIX TIME!)

## IN DETTAGLIO:

### PREVOTING

Tutti i membri della giuria si incontreranno (online) prima di iniziare la prima fase. In questo incontro, il processo di giudizio e le funzionalità della piattaforma saranno spiegati. La giuria dovrà selezionare i lavori degni di shortlist per ogni categoria.

Il voto della prima fase è individuale. Ogni membro della giuria dovrà assegnare i suoi voti nella piattaforma di voto. La shortlist può essere assegnata in ogni sottocategoria. Non c'è un limite superiore o inferiore al numero di campagne shortlisted.

I membri della giuria dovranno decidere se un progetto è considerato una Shortlist votando da 1 a 10.

### Significato delle votazioni:

- 1-3 Non è shortlist e non voglio discuterne
- 4-6 Non è una shortlist ma aperto a discuterne
- 7-9 Sicuramente una shortlist o un metallo, vale la pena di discutere ulteriormente
- 10 Love it, could be a heavy metal!

Se un membro della giuria decide di non votare per un progetto, a causa di un conflitto o di un'altra ragione, il voto non verrà considerato nella media del punteggio



## **CONSOLIDAMENTO SHORTLIST**

All'inizio di questa fase, i risultati del voto online verranno condivisi con i membri della giuria. Qualora un\* giurat\* ritenga che un determinato lavoro sia stato erroneamente escluso dalla shortlist, oppure che siano stati omessi lavori ritenuti meritevoli di selezione, potrà sottoporli all'attenzione del Presidente di Giuria e degli altri membri per un confronto collegiale. I lavori segnalati potranno quindi essere nuovamente discussi e sottoposti a votazione.

La definizione della shortlist resta in ogni caso a discrezione delle singole giurie, sulla base dei criteri qualitativi previsti dal regolamento. Potrebbe pertanto verificarsi che alcune categorie non risultino rappresentate nella shortlist finale, sia per assenza di iscrizioni, sia perché i lavori candidati non abbiano raggiunto il livello qualitativo ritenuto adeguato dalla giuria.

La shortlist dovrà essere consolidata entro e non oltre le ore 15:00 del 18.10.2025.

## **ASSEGNAZIONE METALLI E PREMI SPECIALI**

Il terzo round di votazione è individuale, seguito da una discussione in giuria per assegnare i vari metalli. Ogni membro della giuria dovrà decidere se un progetto debba essere premiato con "Bronze", "Silver" o "Gold". Inoltre verrà selezionato un lavoro candidato per il premio "#LifeHacker" da presentare insieme ai metalli assegnati alla Presidente ADICI, al Presidente degli Awards e al Segretario Generale ADICI.

### **BRONZE e SILVER**

Quando si giudica per il Bronzo, la discussione sarà incentrata su un numero selezionato di lavori dalla Shortlist. Alla fine del round, i lavori più meritevoli verranno elevati a Bronzo o a Silver. **Attenzione**, tutti i lavori elevati a Silver verranno discussi per l'eventuale assegnazione per il Gold.

### **GOLD**

Quando si giudica per l'Oro, la giuria deve considerare che questi lavori rappresentano l'idea e l'esecuzione migliore in quella specifica categoria.

- Le candidature devono ottenere la maggioranza dei voti "Sì" per meritare un premio Metal.
- **Di norma, viene assegnato un solo Oro per ogni categoria e, tuttavia, in casi eccezionali, potrebbe non essere assegnato alcun Oro. In altri casi eccezionali, possono essere assegnati al massimo due Ori.**
- I lavori premiati con l'Oro avranno poi l'opportunità di concorrere per il Grand Prix, che sarà votato nel quarto round dai presidenti delle giurie.

## **DISCUSSIONE FINALE E CHIUSURA GIURIA.**

Una volta che la giuria ha consolidato le votazioni assegnando tutti i premi della categoria questi verranno esposti al Presidente degli Awards, alla Presidente di ADICI e al Segretario Generale ADICI. **La presenza in aula è obbligatoria per tutti i giurati fino a quando la giuria non verrà ufficialmente dichiarata chiusa dai Presidenti.**

## **VOTAZIONE GRAND PRIX**

Tutti i presidenti delle giurie parteciperanno all'ultimo incontro della giornata della giuria il 10.10.2026 per decidere quali progetti debbano essere premiati con il GP ADICI AWARDS 2025 - Possono essere assegnati sia un GP "Profit" sia un GP No-Profit, o anche solo uno tra loro due.

### **Grand Prix (profit o no profit o entrambi - dipende dai lavori in giuria)**

Il presidente di ogni singola giuria presenterà il o i Gold della propria giuria per il Grand Prix agli altri membri della giuria GP, la quale è composta da tutti i presidenti di giuria e presieduta dal Presidente degli Awards - sono presenti in aula di norma la Presidente e il Segretario Generale ADICI, salvo deleghe ad altri Consiglieri ADICI.



Dopo aver presentato tutti i progetti, la decisione sarà individuale. Ogni giurato ha 1 voto in occasione di questa votazione. I progetti più votati alla fine del processo verranno discussi per il Grand Prix. La candidatura con il maggior numero di voti verrà premiata con il Grand Prix. I voti verranno espressi per alzata di mano.

## **I BEST ... E I PREMI SPECIALI**

**Best Independent Agency, Best Company Agency, Best Creative Brand, Best Non Profit Organization e & Best Production Company:**

Chi avrà raggiunto il massimo punteggio nelle varie categorie verrà celebrato come “BEST...”

Il premio riconosce le case di produzione che dimostrano un'eccellenza costante nella realizzazione tecnica e fisica di comunicazioni commerciali. Il titolo viene assegnato in base alla maestria produttiva dimostrata nelle categorie che richiedono un coordinamento diretto di risorse tecniche, fisiche e personale specializzato.

Il sistema di calcolo è modellato sulla scala della *Palme d'Or* del Festival Internazionale della Creatività di Cannes Lions, standard globale per la misurazione dell'eccellenza:

- 25 punti Grand Prix
  - 15 punti Oro
  - 7 punti Argento
  - 3 punti Bronzo
  - 1 point for a shortlist position
- 
- **Best Company Agency:** la graduatoria sarà composta solo da chi flagga Company Agency / Agenzia parte di un gruppo o network in fase di iscrizione alla piattaforma;
  - **Best Independent Agency:** la graduatoria sarà composta solo da chi flagga Independent Agency / Studio creativo indipendente in fase di iscrizione alla piattaforma;
  - **Best Creative Brand:** la graduatoria sarà composta da tutti i Brand/Clienti indicati nelle entries diverse dalle categorie no-profit a cui è stata assegnata almeno una shortlist - fino ad arrivare al Grand Prix;
  - **Best No-Profit Organization:** la graduatoria sarà composta da tutti i Clienti indicati nelle entries no-profit a cui è stata assegnata almeno una shortlist - fino ad arrivare al Grand Prix;
  - **Best Production Company:** la graduatoria sarà composta da tutte le Case di Produzione indicate nelle entries che vedono coinvolte una CdP, a cui è stata assegnata almeno una shortlist - fino ad arrivare al Grand Prix.
    - **NOVITÀ 2026:** per garantire l'assegnazione corretta dei punteggi, a partire da questa edizione concorrono a formare i punti solamente determinate categorie strettamente legate al lavoro d'eccellenza della casa di produzione in progetti di comunicazione; infatti, le seguenti categorie sono le uniche che concorrono al calcolo dei punti, in quanto basate sulla maestria produttiva:
      - **Film:** Spot TV, cinema e contenuti video brevi.
      - **Film Craft:** Regia, fotografia, montaggio, scenografia, VFX, musica e sound design.
      - **Branded Entertainment:** Produzioni lunghe, documentari e serie realizzate per i brand.
      - **Digital Experience and Innovation:** Solo per lavori con componente produttiva sostanziale (es. installazioni fisiche, VR/AR, sistemi interattivi complessi).
    - **Categorie Escluse:** sono escluse le categorie dove la produzione tecnica non è il criterio primario di valutazione:
      - Creative Effectiveness
      - Radio and Audio
      - PR
      - Copywriting
      - Media.
  - **Best Use of Youtube:** possono essere assegnati fino a due premi speciali Best Use Of Youtube; il premio viene assegnato dalla una giuria dedicata che si terrà in Google la settimana seguente il 18 ottobre. La giuria valuterà e discuterà tutte le segnalazioni pervenute, sia tramite sito sia tramite le giurie.



- **#LIFEHACKER:** Il Premio #LifeHacker, istituito in memoria di Massimiliano Maria Longo, è dedicato ai lavori che utilizzano la creatività come strumento per superare, aggirare o riprogrammare i limiti imposti dalla malattia, dalla disabilità o da condizioni sociali e culturali discriminatorie. Possono essere candidati dai Presidenti di Giuria progetti capaci di trasformare un ostacolo in possibilità, proponendo soluzioni, linguaggi o punti di vista nuovi, concreti e abilitanti. Saranno valorizzati lavori che promuovano empowerment, autodeterminazione, accessibilità, inclusione e partecipazione, spostando la narrazione dalla fragilità alla capacità di azione e cambiamento. Il termine “LifeHacker” viene inteso nel suo significato più positivo: la creatività che trova nuove strade, ripensa le regole e apre possibilità dove sembravano esserci solo limiti. Il premio verrà assegnato tra i lavori segnalati dalle singole giurie in fase di chiusura dei lavori e selezionato dalla Presidente e dal Segretario Generale ADCI, insieme al Presidente degli ADCI Awards.

## 6. PROCLAMAZIONE E CONSEGNA DEI PREMI

La proclamazione dei risultati e la consegna dei premi avverranno durante la serata di premiazione del 29 ottobre 2026, evento conclusivo di INTERSECTIONS, presso il Mi.Co. a Milano.

I lavori vincitori dei Grand Prix, gli ori nelle varie categorie e dei premi speciali riceveranno un unico trofeo ADCI (il celebre “cono”), simbolo tangibile di eccellenza creativa.

Essendo gli ADCI Awards un premio che celebra la qualità autoriale, saranno invitati a ritirare i riconoscimenti i protagonisti del lavoro creativo, ovvero gli autori, nel caso specifico chi ha iscritto il lavoro. Al momento dell’iscrizione, autori e agenzie sono tenuti a fornire informazioni veritiere ed esatte per consentire una corretta attribuzione dei premi.

### Duplicati di trofei e diplomi

A seguito della premiazione, sarà possibile richiedere, previo versamento di un contributo, duplicati dei trofei e/ o dei diplomi. La richiesta dovrà essere inviata via email a [cfe@adci.it](mailto:cfe@adci.it) con oggetto: “ADCI Awards - richiesta duplicato”.

Oltre ai trofei ufficiali assegnati in serata (Grand Prix, Oro e premi speciali), sarà possibile richiedere anche la produzione del cono per i premi Argento e Bronzo, per i quali non è previsto da regolamento il premio fisico se non su richiesta specifica.

I premiati possono utilizzare i riconoscimenti ricevuti a scopo promozionale, a condizione che siano sempre correttamente citati il premio e il nome completo: ADCI - Art Directors Club Italiano.

## 7. PUBBLICAZIONE DEI LAVORI PREMIATI

Tutti i lavori in shortlist e quelli premiati saranno pubblicati sul sito dell’ADCI (ove tecnicamente e legalmente possibile) e verranno eventualmente pubblicati, a esclusiva discrezione di ADCI Servizi S.r.l., anche in tutte le altre forme e su tutti gli altri mezzi ritenuti idonei alla promozione dell’eccellenza creativa italiana (sempre ove tecnicamente e legalmente possibile). In tutti i materiali inviati (immagini, testi, video, audio, etc.) non dovranno mai, in alcun modo, comparire firme d’agenzia, nomi o riferimenti che possano ricondurre direttamente agli autori.

Stesso dicasi per le descrizioni dei lavori che li accompagnano o che vengono fornite sulle schede di iscrizione online. Fanno unica eccezione i progetti di autopromozione. Le informazioni sulle schede di iscrizione devono essere veritiere, pena l’esclusione da pubblicazione e premi.

## 8. CATEGORIE

Tutte le novità in merito alle categorie 2026 sono presenti nella pagina “Categorie” del portale CFE. Le iscrizioni dei lavori alle rispettive categorie (acquisto delle Entry), il caricamento dei materiali digitali e la segnalazione dei relativi credits si possono effettuare esclusivamente online sul sito [cfe.adci.it](http://cfe.adci.it).



Per ogni categoria saranno richiesti dei materiali digitali (nell'edizione 2026 degli ADCI Awards non sarà possibile inviare materiali fisici di alcun genere salvo eventuali eccezioni che vanno trattate ad hoc scrivendo alla mail [cfe@adci.it](mailto:cfe@adci.it) - è consigliato l'invio di materiali e oggetti per le categorie Design, quella generale e le categorie design che fanno parte di Local Hero e Studenti). Per le campagne in shortlist, copie dei materiali in alta risoluzione potranno essere richieste per necessità divulgative dell'ADCI (post, news, Annual, etc) e dovranno essere mantenute dall'agenzia fino a 5 anni dopo la partecipazione. In caso di dubbio, il Presidente di Giuria avrà la possibilità di spostare il lavoro da una categoria ad un'altra qualora fosse ritenuta più pertinente al lavoro iscritto e al fine di garantirne la corretta valutazione, dal 2026 è previsto l'adeguamento del prezzo di iscrizione.

Le specifiche tecniche sul caricamento dei materiali digitali si trovano su questo documento punto 09. "Specifiche tecniche per i materiali richiesti all'iscrizione".

## LAVORI NO PROFIT

Dall'edizione 2015 degli ADCI Awards, le campagne No-Profit vengono giudicate all'interno delle singole categorie e specifiche sottocategorie, secondo i medesimi criteri e dalle stesse Giurie, in alcune invece è stato deciso di introdurre una categoria cross unica che vale per tutta l'area (ad esempio in Radio&Audio).

Nella sottocategoria Non Profit confluiscono tutti i lavori che siano stati commissionati da ente Non Profit, una Onlus, un ente benefico ecc. (in casi limite, rivolgersi a [cfe@adci.it](mailto:cfe@adci.it)) il cui argomento e scopo del messaggio siano a carattere sociale e di pubblica utilità (cioè lavori che trattano temi di rilevanza sociale quali ad esempio: droga, abbandono degli animali, ambiente, malattie, assistenza, aiuto ai bisognosi, etc, oppure educativi o volti a stimolare un comportamento civile positivo).

In caso di dubbio, il Presidente di Giuria avrà la possibilità di spostare il lavoro nella categoria Profit corrispondente, e l'agenzia dovrà riconoscere il pagamento della differenza di prezzo retroattivo affinché il lavoro sia mantenuto in concorso. La valutazione del carattere sociale messaggio e della corretta appartenenza alla categoria d'iscrizione verrà giudicata dal Presidente dell'ADCI, che si riserva il diritto di trasferire il lavoro alla categoria idonea in concerto con il Presidente degli ADCI Awards 2026 (es: lavoro giudicato non pertinente al Non Profit e trasferito ad altra categoria, o viceversa). Per l'iscrizione online su [cfe.adci.it](http://cfe.adci.it) identificare la Categoria di riferimento e selezionare la sottocategoria specifica "Non Profit".

## 9. SPECIFICHE TECNICHE PER I MATERIALI RICHIESTI ALL'ISCRIZIONE

### VIDEO

La piattaforma accetta il seguente formato video: MP4 da 120MB massimo. L'obbligatorietà dell'asset varia da categoria a categoria, è quasi sempre utile caricare una case history che spieghi bene il progetto. Sarà possibile caricare fino a un massimo di 2 video. Ogni spot deve essere un file singolo con nome differente e va accompagnato da un file jpeg dalla risoluzione minima di 72 dpi contenente i 6 frame chiave dello spot (2 righe di 3 immagini ciascuna in formato orizzontale) dalle dimensioni minime di 1024x768 pixel. Tutti i Video (sia gli Spot sia le Case History) devono avere una durata massima di 2 minuti. I video che superano questa durata massima non verranno rigettati dalla piattaforma compatibilmente con la potenza della banda e peso massimo consentito di 100 MB) ma sarà discrezione del Presidente della rispettiva giuria procedere nella visione o fermare il video dopo i 2 minuti massimi consentiti.

Fanno eccezione i video richiesti per la categoria Branded Content per la quale sarà consentito raggiungere una durata massima di 5 minuti.

**Inoltre, da quest'anno è obbligatorio caricare un secondo video - trailer della case, da 40" dove la case è fondamentale. Altrimenti, durante la serata di premiazione verrà mostrato il board.**

### JPG

Le jpeg dovranno essere di minimo 72 dpi con dimensione maggiore o pari a 1920x1080 pixel, peso massimo 50 MB. Obbligatorietà dell'asset vale per tutte le categorie (minimo un'immagine per lavoro iscritto, in quanto verrà utilizzata come copertina per il sito che conterrà l'annual.

### PDF

I pdf dovranno avere un peso massimo 50 MB. Obbligatorietà dell'asset vale per tutte le categorie (minimo un pdf per lavoro iscritto, in quanto rappresenterà la versione digitale del Board). Di base sarà possibile caricare fino a un massimo di 2 pdf (ad es. nella categoria Radio è richiesto lo script in formato pdf).



#### URL

Ciascuna URL inserita (max 250 caratteri) nella scheda di iscrizione su cfe.adci.it deve rimanere in rete almeno per 8 (otto) mesi dalla data dell'iscrizione in modo da consentire la visione in sede di giuria.

#### RADIO/AUDIO

Il file audio dovrà essere un MP3 standard di massimo 30MB.

#### BOARD

Il board è un'immagine orizzontale (PDF a 300 dpi di dimensioni 60cm x 40cm - 7087x4724 pixel). È ammesso esclusivamente il formato orizzontale, ad eccezione di alcune categorie in CRAFT o PRINT in cui il soggetto iscritto nasce verticale.

Contenuto: grafica/immagini/descrizione della campagna/lavoro iscritto che veicolino bene l'idea alla giuria che giudica il lavoro.

#### IMPORTANTE

Per ragioni di imparzialità, non potrà essere inserito in alcun materiale sottoposto alla giuria il nome/qualsiasi elemento visivo che potrebbe ricondurre di/a chi iscrive il lavoro, con l'esclusione di lavori di autopromozione.

## 10. QUOTE DI PARTECIPAZIONE

Le quote di partecipazione potranno essere versate in forma diretta sul sito cfe.adci.it con o carta di credito (non è necessario essere titolari di account PayPal gratuito), o in forma di bonifico bancario. Sarà possibile fin da subito in entrambi i casi caricare i lavori, ma i lavori partecipano effettivamente solo nel momento in cui vengono inviati (bottone "CONFERMA LA ENTRY"). Il bottone "Conferma la Entry" sarà inattivo nel caso di pagamento via bonifico (e nel caso mancassero dei dati o asset obbligatori), finché ADICI non avrà ricevuto effettivamente il pagamento sul conto corrente. Il pagamento può essere effettuato in via alternativa con bonifico PayPal su PayPal (in quest'ultimo caso è naturalmente necessario essere titolari di account PayPal gratuito).

I lavori partecipano effettivamente solo nel momento in cui vengono inviati (bottone "CONFERMA LA ENTRY").

Il sito cfe.adci.it funziona esattamente come un qualsiasi sito di eCommerce.

Le Entry da acquistare sono selezionabili come fossero prodotti (nella quantità desiderata). La totalità delle Entry acquistate viene caricata su un "carrello" virtuale (sempre verificabile modificabile).

Al termine del processo di selezione e verifica si procederà al check-out e dunque al pagamento sicuro in una delle modalità indicate sopra. Al pagamento avvenuto con successo seguirà una e-mail di conferma.

#### LISTINO ENTRY ADICI AWARDS 2026 PER CATEGORIA

Il listino prezzi sarà scaricabile come tabella (file pdf) a parte dalla sezione "CATEGORIE" del sito. Vengono riportati sia i prezzi standard sia i prezzi Early Bird, la cui scadenza ed eventuali estensioni saranno comunicate direttamente via DEM, sul Blog e sui vari canali social ADICI.

## 11. TRATTAMENTO E PUBBLICAZIONE DELLE OPERE ISCRITTE

A) Ciascun partecipante, qualora la sua opera risultasse in shortlist o vincitrice, si impegna a fornire, dietro semplice richiesta dell'ADICI, ulteriore materiale per mostre e pubblicazioni promozionali organizzate dopo le premiazioni.

B) Ciascun partecipante autorizza l'ADICI, o le società da esso controllate, a proiettare e pubblicare, a fini promozionali, le proprie opere nel corso di presentazioni pubbliche o private nei luoghi, nei tempi e nei modi ritenuti più opportuni dall'ADICI stesso.

C) L'ADICI si riserva il diritto di trasferire le opere su diverso materiale di supporto (magnetico o digitale)



## CALL FOR ENTRIES - ADICI AWARDS 2026 - 41° EDIZIONE

D) Ciascun partecipante concede all'ADICI, e alle società da esso controllate, il diritto di riprodurre la propria opera per la realizzazione di collane antologiche relative alle sue attività o di monografie su singole manifestazioni.

E) Ciascun partecipante si impegna a consentire all'ADICI di fornire copia delle opere presentate a qualsiasi istituzione pubblica o privata che ne faccia richiesta, per intenti culturali ovvero al fine di promuovere, direttamente o indirettamente, le sue attività, e espressamente l'ADICI e l'ADICI Servizi S.r.l. da qualsiasi responsabilità in merito, anche relazione ad eventuali diritti di terzi.

F) Ciascun partecipante garantisce all'ADICI Servizi S.r.l. e a società, associazioni e fornitori a essa collegati la facoltà di utilizzare le opere presentate e concede all'ADICI Servizi S.r.l., e alle società a essa collegate, licenza non esclusiva, per tutto il mondo, irrevocabile e royalty-free, per farne uso nei modi che sceglierà, per perseguire le proprie finalità associative.

G) Si rammenta che l'utilizzo di foto, musiche, persone, marchi o immagini è regolamentato dalla legge e dal diritto d'autore. Chi iscrive la campagna si assume tutte le responsabilità derivanti dall'utilizzo di immagini, musiche, persone, marchi presenti nei propri annunci.

H) La non osservanza di una delle precedenti regole comporta l'esclusione dalla selezione senza restituzione della quota. Per qualsiasi informazione contattare: Art Directors Club Italiano e-mail: [cfe@adici.it](mailto:cfe@adici.it)

Per notizie e aggiornamenti sugli ADICI Awards e le attività del Club: [blog.adici.it](http://blog.adici.it) e [cfe.adici.it](mailto:cfe.adici.it)