

REGOLAMENTO

PLATEIA - SPACCAM AWARD 2025

Culture Digitali e della Comunicazione

DIPARTIMENTO SCIENZE SOCIALI – FEDERICO II

Art. 1 – Soggetti organizzatori

Il presente PREMIO è indetto e organizzato dal collettivo creativo SPACCAM del corso in Marketing e New Media, del corso di laurea Culture digitali e della comunicazione del DIPARTIMENTO di SCIENZE SOCIALI dell'UNIVERSITA' FEDERICO II, di seguito denominato "Organizzatore".

Art. 2 – Finalità

È mirato a valorizzare: il percorso accademico formativo degli studenti del Corso, attraverso il confronto con il mondo del lavoro; il lavoro dei comunicatori pubblicitari; a dare visibilità al settore professionale, al settore della comunicazione in generale.

Art. 3 – Destinatari

Il PREMIO è riservato esclusivamente a strutture professionali quali **Agenzie di Comunicazione, Agenzie di pubblicità, Agenzie di Comunicazione Corporate, Uffici stampa e PR o Consulenti con riferimento alle stesse professionalità**, che operano sul territorio italiano e sono in possesso di partita IVA. Non sono ammessi singoli privati o aziende che non abbiano una comprovata attività professionale nel settore della comunicazione.

Art. 4 – Oggetto del PREMIO

Il PREMIO ha lo scopo di individuare le migliori campagne pubblicitarie realizzate sul territorio nazionale italiano nelle seguenti categorie:

1. Miglior soggetto creativo in AFFISSIONE riferito al miglior soggetto destinato al mezzo dell'affissione in tutti i suoi formati, 6x3, 100x140, max affissione e così via, sia che sia destinato ad un solo di questi formati, sia che sia integrato sui diversi formati.

2. Miglior soggetto creativo spot COMMERCIAL per TV o CINEMA riferito al miglior soggetto destinato al mezzo della televisione o del cinema, quindi video commercia nei diversi formati, 30", 60" e così via.

3. Miglior soggetto creativo spot RADIO riferito al miglior soggetto destinato al mezzo della radio, quindi radio nei diversi formati, 30", 60" e così via.

4. Miglior campagna DIGITAL INTEGRATA riferito al miglior soggetto destinato al canale digital riferito sia alle inserzioni tabellari nei vari formati, sia ad una sua integrazione ed interazione con i canali social del brand, sito internet e via dicendo in uno sviluppo della creatività in modo integrato su più canali digitali.

5. Miglior soggetto creativo post DIGITAL SOCIAL riferito al miglior soggetto destinato ad un post sui social network, qualunque essi siano.

6. Miglior soggetto creativo video DIGITAL riferito al miglior soggetto destinato ad un video o reel sui social network, qualunque essi siano.

7. Miglior attività PR E UFFICIO STAMPA riferito alla migliore strategia creativa corporate ed PR, con riferimento anche alla valutazione della relativa rassegna stampa, in termini qualitativi e quantitativi.

8. Miglior prodotto DESIGN riferito alla migliore realizzazione creativa di elementi di design applicato alla brand identity, come logo, manuale di immagine coordinata, packaging e quanto altro classificabile secondo questa categoria.

9. Miglior attività EVENTI e TRADE MARKETING riferito alla migliore strategia creativa con riferimento all'organizzazione di attività di eventi e di trade marketing, destinati a creare engagement tra il brand ed target obiettivo di riferimento

10. Miglior attività PIANIFICAZIONE MEDIA INTEGRATA riferito alla migliore strategia di pianificazione media sviluppata su più mezzi per il raggiungimento dell'obiettivo di comunicazione.

11. MIGLIOR GIOVANE UNDER 24: COPPIA CREATIVA o SINGOLO riferito alla migliore performance degli ultimi 12 mesi del creativo o della coppia creativa nello sviluppo di almeno 4 campagne pubblicitarie nell'arco dell'ultimo anno.

12. PREMIO ALLA CARRIERA riferito al valore, all'impatto duraturo, e l'importanza del contributo al settore della comunicazione.

Art. 5 – Modalità di partecipazione

- La partecipazione è gratuita.
- Per partecipare, i concorrenti dovranno inviare entro e non oltre il **30 novembre 2025**, il materiale relativo alle campagne pubblicitarie realizzate, a mezzo email all'indirizzo: **plateia@spaccam.it**

Il materiale inviato dovrà includere:

- Descrizione della campagna
- Video, immagini o altri supporti utilizzati nella campagna
- Dichiarazione attestante la titolarità dei diritti sull'opera
- Dati dell'Agenzia o del Consulente partecipante (Nome, Partita IVA, Sede, Contatti)

Nello specifico il materiale dovrà essere inviato attraverso **FILE ANONIMI SENZA NESSUN RIFERIMENTO ALL'AGENZIA DI ORIGINE**, fatta eccezione per la categoria miglior giovane, in cui saranno indicati in nomi dei creativi, il tutto nel modo seguente per ogni categoria

Miglior soggetto creativo in AFFISSIONE nr. 1 file JPG o PDF con una risoluzione adatta al video (92 dpi) di peso non superiore a 5 MB rappresentante il soggetto o i soggetti (per campagne multisoggetto) della campagna pubblicitaria in affissione + nr. 1 file jpg o pdf di 1 pagina in cui sia indicata la COPY STRATEGY legata alla campagna ed il rational della stessa.

Miglior soggetto creativo spot COMMERCIAL per TV o CINEMA nr. 1 file MP4 con una risoluzione adatta al video di peso non superiore a 20 MB rappresentante il soggetto o i soggetti (per campagne multisoggetto) della campagna pubblicitaria on-air + nr. 1 file jpg o pdf di 1 pagina in cui sia indicata la COPY STRATEGY legata alla campagna ed il rational della stessa.

Miglior soggetto creativo spot RADIO e STAMPA nr. 1 file Mp3 di peso non superiore a 10 MB e r. 1 file JPG o PDF con una risoluzione adatta al video (92 dpi) di peso non superiore a 5 MB rappresentante il soggetto o i soggetti (per campagne multisoggetto) della campagna pubblicitaria on-air + 1 file jpg o pdf di 1 pagina in cui sia indicata la COPY STRATEGY legata alla campagna ed il rational della stessa.

Miglior campagna DIGITAL INTEGRATA nr. 1 file JPG o PDF con una risoluzione adatta al video (92 dpi) di peso non superiore a 5 MB rappresentante il soggetto o i soggetti (per campagne multisoggetto) della campagna pubblicitaria in pubblicata + nr. 1 file jpg o pdf di 1 pagina in cui sia indicata la COPY STRATEGY legata alla campagna ed il rational della stessa indicando i canali digital utilizzati.

Miglior soggetto creativo post DIGITAL SOCIAL nr. 1 file JPG o PDF con una risoluzione adatta al video (92 dpi) di peso non superiore a 5 MB rappresentante il soggetto o i soggetti (per campagne multisoggetto) della campagna pubblicitaria in pubblicata + nr. 1 file jpg o pdf di 1 pagina in cui sia indicata la COPY STRATEGY legata alla campagna ed il rational della stessa.

Miglior soggetto creativo video DIGITAL SOCIAL nr. 1 file MP4 con una risoluzione adatta al video di peso non superiore a 20 MB rappresentante il soggetto o i soggetti (per campagne multisoggetto) della campagna pubblicitaria pubblicata + nr. 1 file jpg o pdf di 1 pagina in cui sia indicata la COPY STRATEGY legata alla campagna ed il rational della stessa.

Miglior attività PR E UFFICIO STAMPA nr. 1 file JPG o PDF con una risoluzione adatta al video (92 dpi) di peso non superiore a 5 MB di 1 pagina in cui sia indicata Strategia adottata per l'attività di PR e UFFICIO STAMPA, il numero di pubblicazioni ottenute citando almeno 3 testate tra quelle più autorevoli e la stima del traffico generato in termini di notorietà.

Miglior prodotto DESIGN nr. 1 file JPG o PDF con una risoluzione adatta al video (92 dpi) di peso non superiore a 5 MB rappresentante il progetto grafico realizzato + nr. 1 file jpg o pdf di 1 pagina in cui sia indicata il rational riferito all'ideazione dello stesso

Miglior attività EVENTI e TRADE MARKETING nr. 1 file JPG o PDF con una risoluzione adatta al video (92 dpi) di peso non superiore a 5 MB di 1 pagina in cui sia indicata Strategia adottata per l'attività EVENTO o TRADE MARKETING contenente anche materiale grafico e fotografico rappresentativo, e la stima del traffico generato in termini di notorietà.

Miglior attività PIANIFICAZIONE MEDIA INTEGRATA nr. 1 file JPG o PDF con una risoluzione adatta al video (92 dpi) di peso non superiore a 5 MB di 1 pagina in cui sia indicata Strategia media per l'attività di pianificazione, e la stima del traffico generato per il raggiungimento degli obiettivi media fissati, la menzione di indici di misurazione dell'efficacia dei mezzi impiegati costituisce un elemento migliorativo ai fini della valutazione.

MIGLIOR GIOVANE UNDER 24: COPPIA CREATIVA o SINGOLO nr. 1 file JPG o PDF con una risoluzione adatta al video (92 dpi) di peso non superiore a 5 MB di 1 pagina in cui siano mostrate almeno 4 ideazioni creative pubblicitarie con riferimento al lavoro di un coppia creativa composta da Art Director e Copywriter, o al lavoro di una singola persona, nell'arco degli ultimi 12 mesi, con indicazione per ogni ideazione di una breve descrizione di rational. Il file deve indicare i nomi dei creativi candidati al premio.

Art. 6 – Giuria e modalità di valutazione

Le campagne saranno giudicate da due fazioni di giuria:

1. Giuria tecnica: Composta da circa 12 esperti del settore marketing e comunicazione. Ogni membro della giuria esprimerà un voto di preferenza per un numero definito di campagne all'interno di ciascuna categoria. La campagna che riceverà il maggior numero di voti sarà considerata la vincitrice nella rispettiva categoria per la giuria tecnica. La giuria tecnica voterà per le categorie da 1 a 11.

2. Giuria Universitaria: Composta da studenti del corso in Marketing e New Media, del corso di laurea Culture digitali e della comunicazione del DIPARTIMENTO di SCIENZE SOCIALI dell'UNIVERSITA' FEDERICO II. Il voto della giuria popolare sarà conteggiato come un voto unico collettivo, con un peso maggiore rispetto a quello della giuria tecnica, determinando così un impatto significativo sul risultato finale.

Art. 7 – Criteri di valutazione

I soggetti creativi e la documentazione in gara saranno valutati in modo anonimo.

Le campagne saranno valutate in base ai seguenti criteri:

- **Originalità**
- **Efficacia del messaggio**
- **Creatività e impatto visivo**
- **Rilevanza rispetto al target di riferimento**
- **Innovazione nell'uso dei mezzi e delle tecnologie**

Per ogni criterio i giurati esprimeranno un voto da 1 a 5 a seconda del livello di giudizio rispetto al materiale esaminato.

La somma del punteggio acquisito per i 5 criteri determinerà il valore complessivo del soggetto in esame ed il relativo posizionamento nella classifica finale.

Art. 8 – Durata della Manifestazione

La manifestazione si svolgerà dal **15 ottobre 2025** al **30 novembre 2025**. Le proposte devono essere inviate entro la data di chiusura del concorso, pena l'esclusione dalla partecipazione.

Art. 9 – Premi

I vincitori di ciascuna categoria riceveranno un attestato di riconoscimento quale miglior prodotto di comunicazione per la categoria scelta.

Art. 10 – Comunicazione dei vincitori

I vincitori saranno comunicati durante l'evento che si terrà presso la sede Centrale del DIPARTIMENTO di SCIENZE SOCIALI il **nella terza settimana di dicembre 2025** (data da confermare salvo

disponibilità delle Aule). I risultati verranno pubblicati sul sito ufficiale dell'Organizzatore.

Art. 11 – Privacy, trattamento dei dati e consenso pubblicazione.

I partecipanti, con l'invio del materiale, autorizzano il trattamento dei dati personali in conformità al Regolamento (UE) 2016/679. I dati verranno trattati esclusivamente ai fini del PREMIO.

I partecipanti alla premiazione, con la loro adesione all'evento, prestano il loro consenso, ai sensi dell'art. 96 e 97 del Codice Civile, e sempre esclusivamente ai fini del PREMIO, alla pubblicazione e divulgazione dei materiali audiovisivi (foto, video) e dei risultati della premiazione su tutti i canali di comunicazione dell'organizzazione, inclusi, ma non limitati a, social media, sito web e newsletter.

Art. 12 – Accettazione del regolamento

La partecipazione al PREMIO implica la completa accettazione del presente regolamento.

L'Organizzatore si riserva il diritto di modificare il regolamento in qualsiasi momento, dandone tempestiva comunicazione ai partecipanti.