

nc_area strategica_primo piano_nc digital awards 2023

NC DIGITAL AWARDS, LARGO AI SOCIAL MEDIA

PRIMA EDIZIONE DEI SOCIAL MEDIA AWARDS, DEDICATI AI PROGETTI PIÙ INNOVATIVI CHE CONTRIBUISCONO A CREARE E CONSOLIDARE LA EQUITY DEI BRAND E LA RELAZIONE CON I PROPRI CLIENTI. I NUOVI PREMI HANNO DEBUTTATO IN OCCASIONE DEGLI NC DIGITAL AWARDS. IL 9 OTTOBRE SI È SVOLTA LA GIURIA, SEGUITA, IL 10, DALLA SESSIONE DI CONTENUTI E TAVOLE ROTONDE E IL 20 DALLA CERIMONIA DI PREMIAZIONE.

A CURA DELLA REDAZIONE

Terza edizione per il Festival di tre giorni dedicato alla migliore comunicazione digitale 'made in Italy'. La rinomata **piattaforma di business** consente il confronto tra i maggiori professionisti del settore (aziende, agenzie, production company, centri media, broadcaster, editori, concessionarie, associazioni, creativi...) e fa conoscere e celebra i migliori progetti italiani. Il format, come sempre, ha racchiuso le **digital live presentation** (9 ottobre, Blue Note Milano), un ricco programma di **talk e tavole rotonde** (10 ottobre) e la **cerimonia di premiazione** dei migliori progetti in gara (20 ottobre, Talent Garden Calabiana di Milano).

Come di consueto, all'interno del Festival sono confluiti, oltre al premio dedicato alla miglior comunicazione digitale made in Italy, anche gli **Ima – Influencer Marketing Awards**, per le campagne di comunicazione sui social media che utilizzano in maniera efficace per il brand le figure dell'**influencer** o dei **creator**, e, da quest'anno, anche i

Social Media Awards. Con questa prima edizione, Adc Group intende riconoscere e valorizzare i progetti più **innovativi** che contribuiscono a creare e consolidare la **equity** dei brand e la **relazione** con i propri **clienti**. Il premio, quindi, è un osservatorio importante e una fonte di ispirazione imperdibile per chi intenda esplorare le nuove



I neonati Social Media Awards si affiancano agli ormai storici NC Digital Awards e Ima – Influencer Marketing Awards

area strategica_primo piano_nc digital awards 2023_nc



Nc Digital Awards 2022. Il team di H48 festeggia i numerosi premi vinti, tra cui il Grand Prix agli NC Digital Awards e agli Ima

frontiere dei social media, nella loro impetuosa evoluzione. A valutare le campagne in gara ai 'Premi delle Aziende', è stata come sempre una super giuria composta da una cinquantina di manager delle aziende top spender del mercato, presieduta da Barbara Sala, Europe strategic connections director The Coca-Cola Company. I giurati hanno valutato le campagne in gara attraverso due votazioni. La prima, online, dal 20 al 25 settembre, ha decretato i vincitori dei premi di tipologia e la shortlist delle digital integrated campaign che concorrono per il Grand Prix. La seconda, in presenza al Blue Note di Milano, il 9 ottobre, ha visto i giurati riunirsi in Plenaria per definire i vincitori

dei massimi riconoscimenti, dopo aver assistito alle Live Presentation dei progetti in concorso e dei loro asset vincenti da parte dei creativi che li hanno realizzati. A seguire una giornata dedicata ai contenuti digitali con i maggiori professionisti dell'industry, per poi incoronare, il 20 ottobre, i progetti vincitori con la cerimonia di premiazione (sul prossimo numero della rivista potrete trovare un dettagliato reportage del Festival, ndr).

SOCIAL MEDIA AWARDS

Al podio del Grand Prix concorrono solo le campagne iscritte nella tipologia Social Media Integrated Campaign. Progetti

nativi social, declinati in almeno due delle seguenti tipologie di campagne: Twitter (che hanno saputo sfruttare al meglio le potenzialità della piattaforma, in particolare live communication, instant e reactive marketing), Instagram (incentrate sull'utilizzo di stories, reels, post, utilizzo di filtri ecc, oltre a contest activation, meccaniche ugc, ecc.), Facebook (che hanno sfruttato al meglio il canale, considerando la sua evoluzione nel tempo e l'attuale ruolo centrale come piattaforma media, aggregatore di gruppi di interesse, eventuali partnership editoriali, ecc), TikTok (strategie che meglio hanno saputo definire il ruolo di una marca all'interno del canale, utilizzando i suoi formati e strumenti principali), Pinterest (che hanno saputo utilizzare al meglio il mezzo in modo creativo ed esclusivo, nel rispetto del posizionamento della piattaforma e del suo ruolo come mezzo di ispirazione e aggregatore di nicchie di interesse), YouTube (video centric, long form, shorts activation, vodcast, ecc.), LinkedIn (corporate communication capace di valorizzare l'immagine e i valori di aziende e il loro posizionamento), Social Live Coverage (con al centro l'utilizzo delle live/dirette e che hanno saputo sfruttare lo strumento in modo creativo e originale).

NC DIGITAL AWARDS

Come sempre le campagne che concorrono al premio dedicato alla migliore comunicazione digitale, giunto alla dodicesima edizione, sono sia le Digital Integrated Campaign sia quelle appartenenti alle 17 Tipologie. Anche quest'anno verranno assegnati i prestigiosi premi appartenenti alle tipologie speciali: e-commerce ed

NC DIGITAL AWARDS 2023_SPONSOR & PARTNER

PLATINUM SPONSOR: Mgid

GOLD SPONSOR: Grandi Stazioni Retail, Mint

SILVER SPONSOR: Urkah

MAIN PARTNER: Blue Note Milano (location giuria), Chedo (service cerimonia), Noraneko Produzioni (produzione video), Sts Communication (studi e tecnologie audio/video per programma contenuti), Talent Garden Studios (location cerimonia)

TECHNICAL PARTNER: Area Kitchen (servizio catering), Doom (management artistico), Joy Project (effetti speciali), Mionetto (beverage), Open Crew (staff e personale per eventi, hostess), Sharingbox (soluzioni di brand-engagement esperienziali e multimediali), Telemeeting (votazione elettronica), WePhoto (foto cerimonia)

nc_area strategica_primo piano_nc digital awards 2023

NC Digital Awards 2022. Ospite a sorpresa della serata di premiazione, l'attore Stefano Accorsi, conduttore di 'Unique Novels', format audio letterario realizzato da Peugeot e Ope insieme a Podcastory



e-shop (migliori siti di e-commerce o market place italiani a target consumer e business); Programmatic Adv (campagne che, con un processo automatizzato di acquisto di spazi pubblicitari sul web basato sulla raccolta dei dati degli utenti e su una profilazione avanzata, hanno raggiunto il miglior risultato), e il premio 'Phygital' Grandi Stazioni Retail (location iconiche e impianti media innovativi per costruire un'esclusiva relazione fisica e digitale con i consumatori). Tra i premi speciali assegnati, infine, la 'Best Digital Agency/Digital Media Agency/Digital Production Company' e la 'Best Digital Company'. Da non dimenticare, infine, quelli dell'editore tra cui: 'Innovazione nei sistemi

di pagamento digitale', 'Mezzo Digitale dell'anno' e 'Manager Digitale dell'anno'.

INFLUENCER MARKETING AWARDS

L'iniziativa, giunta alla quinta edizione, valorizza i progetti di comunicazione che utilizzano in maniera efficace per il brand le figure dell'influencer o dei creator. Un riconoscimento alle aziende e ai propri partner di comunicazione per aver saputo utilizzare i nuovi testimonial della comunicazione di-

gitale in maniera corretta, ossia senza essere fagocitati dalla fama e dalla 'forza' del personaggio a cui affidano la propria brand equity. Le campagne Ima vanno iscritte a seconda del tipo di talent che viene utilizzato, al di là della strategia adottata. Per questo motivo, risulta di fondamentale importanza l'utilizzo dei creator per sfruttare al meglio le loro potenzialità e quelle offerte dalle piattaforme digitali. Per l'assegnazione del podio del Grand Prix concorrono tutte le campagne iscritte nelle seguenti categorie:

- **Nano, Micro e Mid Influencer:** utilizzo di micro, nano o mid influencer, che hanno saputo sfruttare al meglio il ruolo dei talent per promuovere il brand, un prodotto o un servizio, ecc.
- **Celebrities:** utilizzo strategico e creativo di un personaggio non nativo digitale, ma che ha un'influenza mediatica e cross-mediale considerevole.
- **Big Talent:** influencer nativi digitali di portata considerevole. Sarà centrale la strategia e l'esecuzione creativa con la quale viene sfruttata l'influenza del personaggio, evitando che la sua notorietà oscuri e prevarichi il brand, il prodotto o il servizio oggetto della campagna.
- **Talent Virtuali:** forme alternative di influencer. Per esempio, personaggi immaginari o creati ad hoc per un'attività (characters, personaggi del mondo gaming, virtuali, ecc.).



Mariano Di Benedetto, sul palco degli NC Digital Awards 2022 per ricevere il premio 'Digital Media Person of the year'