



**L'ITALIA
CHE
COMUNICA**

REGOLAMENTO

L'ITALIA CHE COMUNICA

XIII EDIZIONE



INDICE

L'ASSOCIAZIONE	pag 03
IL PREMIO - Missione	pag 03
NOVITÀ	pag 03
TIMELINE	pag 03
LE CATEGORIE	pag 04
GIURIE	pag 05
MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE DEI PREMI DI CATEGORIA	pag 06
SEZIONE SPECIALE	pag 07
PREMI SPECIALI SPONSOR	pag 07
PREMIO ASSOLUTO	pag 08
COME PARTECIPARE	pag 08
QUOTA DI PARTECIPAZIONE	pag 10
ISCRIZIONI E MATERIALI	pag 10
TRATTAMENTO E PUBBLICAZIONE DEI LAVORI ISCRITTI	pag 11



L'ASSOCIAZIONE

UNA – Aziende delle Comunicazione Unite è la più grande realtà associativa che raggruppa e rappresenta oltre 250 aziende della comunicazione operanti in tutta Italia nel mondo della creatività, del digital, delle relazioni pubbliche, dei centri media, degli eventi, del retail.

Con lo scopo di rappresentare, tutelare e rafforzare il settore della Comunicazione, UNA si impegna costantemente per portare avanti progetti di sviluppo per l'intera industry, tenendo monitorato lo stato di salute della stessa attraverso indagini di mercato. Inoltre, rappresenta il settore intrattenendo rapporti con le istituzioni.

IL PREMIO - Missione

L'ITALIA CHE COMUNICA è il premio che mette in luce e valorizza l'eccellenza della comunicazione italiana in tutte le sue forme.

La nostra missione è mettere al centro il patrimonio di idee, creatività e talento italiano che celebriamo attraverso una nuova lente, una nuova prospettiva, una visione d'insieme che è L'IMPATTO.

Il Premio segue questa direttrice: sarà premiata la capacità dei progetti di generare un impatto, di lasciare una legacy attraverso la creatività, le idee e i risultati di business.

Saranno valutati e premiati tutti quei progetti di comunicazione italiani che **si sono distinti per il loro impatto significativo** sul Paese.

UN IMPATTO A 360°: Impatto Creativo, Impatto di Business, Impatto Sociale

IL PREMIO - partecipazione

La partecipazione al Premio **“L'Italia che Comunica” XIII edizione** è aperta a tutte le Aziende della comunicazione regolarmente iscritte a **UNA** (Aziende della Comunicazione Unite) e a tutte le agenzie di comunicazione con sede in Italia **ad eccezione delle categorie NEXT GEN x EVENT aperte ai soli istituti di formazione.**

Sono ammesse a partecipare alla selezione le campagne e i progetti di comunicazione realizzati nel **periodo dal 30 giugno 2023 al 31 luglio 2024.**

Il premio è articolato in **16 categorie** legate alla comunicazione, 1 premio assoluto e una Sezione Speciale con **4 categorie** che rappresentano l'entertainment.

Novità 2024

Il Premio si presenta rinnovato nei criteri di valutazione, inserendo l'IMPATTO come elemento chiave di interpretazione e valutazione dei progetti in concorso.

Un'importante novità è determinata anche dalla composizione dell'EXECUTIVE JURY che questo anno vedrà coinvolti, oltre ai 20 giurati professionisti provenienti dal mondo della comunicazione e del marketing, anche figure di spicco del panorama artistico e intellettuale italiano che, con la loro carriera e i loro traguardi, hanno generato un forte impatto sul Paese. In particolare, saranno presenti nell'Executive Jury quei personaggi meritevoli che sono stati premiati nell'edizione precedente. Saranno loro, di volta in volta, ad ampliare e arricchire il Premio con il loro punto di vista, dando una prospettiva ancora più ampia e consapevole sulle nuove traiettorie della comunicazione italiana.

TIMELINE

Apertura Iscrizioni:	01 luglio 2024
Chiusura Iscrizioni:	06 ottobre 2024
Grand Jury (on line):	dal 23 ottobre al 03 novembre 2024
Executive Jury (on line):	dal 06 al 17 novembre 2024
Executive Jury Plenaria:	20 novembre 2024
Serata di Gala:	09 dicembre 2024



LE CATEGORIE

Ogni agenzia può iscrivere lo stesso lavoro fino a un massimo di 3 categorie diverse, purché vengano date informazioni specifiche e un' enfasi diversa, per sottolineare come la stessa campagna possa appartenere a ogni specifica categoria in cui viene candidata. Fatta eccezione per il premio NEXT GEN x EVENT.

I lavori devono essere candidati ad almeno una delle categorie sottostanti:

- **L'Italia che Comunica con la Comunicazione Integrata**

Campagna/progetto di marketing integrata a maggior impatto* realizzata attraverso un percorso di comunicazione che utilizzi almeno tre diversi tipi di media/discipline (contest, marketing diretto, instore, sampling, direct marketing, street marketing, eventi, social, mass-media, ecc.).

- **L'Italia che Comunica l'Italia**

Campagna/progetto/iniziativa a maggior impatto* che abbia saputo promuovere l'Italia (territorio, regioni, comuni) e/o il Made in Italy.

- **L'Italia che Comunica B2B**

Migliore campagna in grado di avere impatto* nella commercializzazione di un prodotto o un servizio tra i clienti aziendali: un'attività B2B su misura per le esigenze aziendali, il pubblico di destinazione è identificato nell'ambiente business.

- **L'Italia che Comunica con le Promozioni**

Campagna promozionale a maggior impatto* che sia volta ad attivare il target o a fidelizzarlo attraverso meccaniche di direct marketing, loyalty, concorsi e contest, sia online che offline.

- **L'Italia che Comunica con l'Innovazione**

Campagna e/o operazioni di comunicazione a maggior impatto in grado di usare nuove tecnologie, nuovi strumenti e nuovi media, non solo per promuovere un prodotto, un servizio o un'azienda, ma anche per amplificare nuove experience e ingaggiare utenti/clienti (questo può includere siti web, gaming e metaverso, motori di ricerca, tabellare online, mobile marketing, AI, wearable e internet of things, immersive experience, voice activation, ecc.)

- **L'Italia che Comunica con Piccoli Budget**

Campagna/progetto a maggior impatto* realizzata con un budget limitato. Un budget limitato è considerato inferiore a € 25.000 di produzione.

- **L'Italia che Comunica con Social Media e Content Creator**

Campagna Social e content creation a maggior impatto* realizzata grazie all'utilizzo delle piattaforme social. Sono incluse attività di community management, social media activation, influencer marketing, video pensati per il web o mobile.

- **L'Italia che Comunica con gli Eventi**

Campagna/progetto/activation a maggior impatto* che utilizza al meglio un evento live: sono inclusi eventi culturali, esperienze unconventional come flashmob, temporary shop, roadshow, eventi digitali, esperienze di AR (Realtà Aumentata) e VR (Realtà Virtuale).

- **L'Italia che Comunica il No Profit**

Migliore campagna/progetto per un ente, un prodotto, un servizio o una società con un impatto positivo su una causa sociale di beneficenza.

- **L'Italia che Comunica Valori**

Miglior campagna/progetto di inclusività, diversity, sostenibilità, responsabilità sociale e purpose.



- **L'Italia che Comunica con il Branded Entertainment**

Campagna\progetto a maggior impatto* che utilizza contenuti prodotti da un brand in totale autonomia o in collaborazione con un editore, pensati per raccontare valori e/o attributi di una marca o di un prodotto capaci di generare engagement. Sono inclusi anche film/docuserie/operazioni di infotainment e edutainment pensati per il web o il mobile.

- **L'Italia che Comunica con l'Out of Home**

Campagna outdoor a maggior impatto*. Include affissioni tradizionali, affissioni speciali, digitali e interattive, 3D.

- **L'Italia che Comunica con i Film**

Progetto di comunicazione audiovisivo a maggior impatto: include spot per tv/cinema e long form.

- **L'Italia che Comunica con Radio e Podcast**

Progetto audio a maggior impatto* che include radiocomunicati, podcast, piattaforme di streaming, ecc.

- **L'Italia che Comunica con il Design**

Progetto di comunicazione a maggior impatto* che, attraverso i codici del linguaggio visivo e lo studio di forme, oggetti o prodotti, contribuisce a definire una marca e a comunicarne i suoi principali valori.

- **L'Italia che Comunica Next Gen x Event**

Categoria che premia i progetti più innovativi nel campo del live entertainment creati da studenti dell'università e degli istituti di formazione che abbiano un indirizzo nel campo dell'organizzazione di eventi.

Tutti i vincitori delle suddette categorie potranno partecipare al premio Europeo **IMPACT Awards 2024** dedicato alla brand activation. Le categorie degli IMPACT Awards corrispondono molto da vicino a quelle del premio Nazionale **ICC (Italia che Comunica)** così come negli altri premi ufficiali di 6 Paesi Europei, membri di IMPACT, che fanno parte del consiglio interno di **EACA**, (European Association of Communication Agencies). Fatta eccezione per NEXT GEN EVENT.

LE GIURIE

È prevista l'assegnazione del PREMIO DI CATEGORIA ai lavori che avranno ottenuto il miglior punteggio complessivo, determinato dalla votazione di una giuria di esperti del settore.

1° FASE GRAND JURY

Tutti i lavori candidati saranno valutati in una prima fase da una **Grand Jury** formata da oltre 50 professionisti senior collaboratori/dipendenti di agenzie associate UNA, che attraverso le sessioni online determineranno la shortlist dei migliori lavori per ogni categoria.

Ogni giurato avrà a disposizione le schede con i lavori iscritti per ogni categoria e dovrà esprimere un voto da 1 a 10 sulla base dei criteri di valutazione**. La shortlist dei lavori selezionati, ovvero i lavori che avranno raggiunto almeno il punteggio medio complessivo di 6, verrà presentata all'Executive Jury.

2° FASE EXECUTIVE JURY

I progetti di comunicazione in shortlist saranno valutati dall'Executive Jury composta da 20 membri tra professionisti di comunicazione e marketing di aziende, istituzioni, media partner, dai 4 personaggi premiati nella edizione precedente nella sezione speciale [nomi] e da un presidente di giuria che sarà responsabile della correttezza gestionale dei conteggi e avrà l'autorità di rivedere e/o escludere il voto di un membro della giuria, precludendo qualsiasi tipo di anomalia che possa viziare irregolarmente la media.

L'attività della Grand Jury, così come quella dell'Executive Jury, si svolgerà on line. Inoltre, per la Executive Jury è prevista una sessione plenaria in presenza per un confronto sui lavori esaminati e per decretare i vincitori di ogni singola categoria.

I 4 personaggi speciali dell'Executive Jury, nel caso non potessero partecipare alla plenaria live, si potranno collegare in remoto per partecipare al confronto dei lavori. Nel caso non potessero partecipare alla sessione finale, i loro voti verranno conteggiati insieme agli altri giurati con le stesse modalità e condizioni.



I PREMI DI CATEGORIA

CRITERI DI VALUTAZIONE E MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE

VALUTAZIONE

● IMPATTO CREATIVO

□ *Strategia/Concept & approccio media:*

Si valuterà la capacità strategica di una Campagna/Progetto secondo questi elementi di base: comprensione e definizione degli insight strategici e della audience di riferimento, correttezza e originalità dell'insight e del concept creativo, correttezza e pensiero innovativo nell'utilizzo dei touch point per l'amplificazione dei messaggi,

□ *Ideazione ed esecuzione:*

Si valuterà la creatività di una Campagna/Progetto secondo questi elementi di base: l'idea creativa e la sua originalità, la capacità di essere innovativa e non convenzionale, la correttezza e la coerenza del messaggio, l'eccellenza nell'esecuzione\crafting, la capacità di individuare e definire nuovi linguaggi.

● IMPATTO DI BUSINESS

□ *Obiettivi e risultati di Business:*

Si valuterà l'efficacia di una Campagna/Progetto secondo questi elementi di base: corretta individuazione degli obiettivi di business rispetto al contesto di mercato, all'arena competitiva e ai conseguenti risultati ottenuti.

□ *Awareness e ingaggio:*

Si valuterà la capacità di costruire notorietà di una Campagna/Progetto secondo questi elementi di base: capacità di generare awareness/notorietà e ingaggio della target audience.

In aggiunta ai criteri sopra indicati si aggiunge come ulteriore elemento di valutazione

● IMPATTO SOCIALE

□ Capacità di portare nuova consapevolezza e cambiamento nel Paese, (extra evaluation con un punteggio di 0,5 che sarà valutato solo in caso di progetti che, oltre agli impatti sopra indicati, abbiano avuto anche un impatto\valore sociale). **Restano escluse dall'extra evaluation le categorie "No Profit" e "Valori".**

La media matematica tra i punteggi parziali darà il punteggio finale.

In ogni categoria, saranno eleggibili:

per il bronzo il lavoro che si attesterà con il punteggio medio **più alto** tra 6,5 e 7,5,

per l'argento il lavoro con il punteggio medio **più alto** tra 7,6 e 8,5,

per l'oro il lavoro con il punteggio medio **più alto** dall'8,6 a salire.

Non potranno essere assegnati più di tre metalli per ogni categoria.

Solo nel caso ci sia un punteggio di parità nel risultato verrà assegnato un ex aequo.



Inoltre:

La Executive Jury potrà decidere di non assegnare premi in una o più categorie, qualora non giudichi meritevoli i lavori iscritti e, per contro, avrà la facoltà di assegnare più riconoscimenti all'interno della medesima categoria. Le decisioni della Executive Jury avranno carattere definitivo e saranno vincolate solo dal parere del presidente di giuria. Nell'eventualità che uno o più membri della Executive Jury, dovessero assentarsi per qualche motivo durante le votazioni in plenaria, la media del voto verrà effettuata sulla base dei soli votanti effettivi e gli eventuali voti precedentemente espressi sui lavori della categoria non completata dal giurato verranno annullati.

I professionisti senior/collaboratori/dipendenti di agenzie associate ad Una che formano la Grand Jury e fanno parte di un'agenzia presente tra i lavori in gara non potranno votare il proprio lavoro e tutti i lavori iscritti nella stessa categoria.

I professionisti di comunicazione e marketing di aziende, istituzioni, media partner che formano l'Executive Jury e fanno parte di un'azienda presente tra i soggetti in gara non potranno votare i lavori iscritti nella categoria di appartenenza e nelle categorie dove sono presenti campagne dello stesso settore merceologico dell'azienda per cui lavorano.

I nomi delle agenzie e degli istituti non saranno rivelati ai membri della Executive Jury.

SEZIONE SPECIALE

La sezione speciale è suddivisa in 4 categorie volte a premiare personaggi che si sono distinti dal 30/06/2023 al 31/07/2024, non per la loro professione, ma per le capacità comunicative indirettamente mostrate attraverso un'azione, un gesto o una scelta che rappresentano il valore dell'italianità.

- **L'Italia che Comunica con la Cultura**
- **L'Italia che Comunica con lo Sport**
- **L'Italia che Comunica con il Cinema**
- **L'Italia che Comunica con la Musica**

Sarà compito del Comitato Organizzatore del premio definire il miglior comunicatore di ogni singola categoria.

PREMI SPECIALI SPONSOR

Gli sponsor avranno l'opportunità di istituire un premio che porti il proprio nome.

Tra tutti i lavori iscritti alle 15 categorie, lo sponsor potrà scegliere a suo insindacabile giudizio, il lavoro che si impegna a valorizzare un aspetto particolarmente interessante per l'azienda stessa prendendo il nome "L'Italia che Comunica (nome sponsor)". Fatta eccezione per il premio NEXT GEN x EVENT.



PREMIO ASSOLUTO

Il Premio Assoluto verrà assegnato tra i vincitori degli ori di tutte le categorie sommando il voto della giuria con quello del pubblico presente alla serata delle premiazioni. Ad ogni invitato verrà consegnato un telecomando o sistema simile con il quale potrà esprimere la propria preferenza con un voto da 1 a 9 per ogni vincitore di categoria in presenza, fatta eccezione per il premio NEXT GEN x EVENT.

Il voto della giuria avrà lo stesso peso del pubblico di sala. Il lavoro che avrà ottenuto maggior numero di voti sommati tra il pubblico e la giuria riceverà il:

Premio Assoluto “L’Italia che Comunica” XIII edizione

COME PARTECIPARE

L’Agenzia **per partecipare** con i propri lavori dovrà:

1. Iscrivere al sito www.italiachecomunica.it ;
2. Accedere alla propria area riservata con le credenziali inserite al momento dell’iscrizione al sito italiachecomunica.it
3. Acquistare il pacchetto più idoneo attraverso bonifico bancario o PayPal

L’Agenzia **per caricare** i propri lavori dovrà per ogni singola campagna/progetto:

1. Compilare il form inserendo le seguenti informazioni:
 - a. Nome Agenzia/Istituto
 - b. Nome Cliente
 - c. Prodotto/Brand
 - d. Settore Merceologico
 - e. Target
 - f. Periodo
 - g. Titolo Campagna/Progetto
 - h. Canali/Media utilizzati
 - i. Categoria
 - j. Descrizione Strategia (max 400 caratteri a disposizione)
 - k. Descrizione Obiettivi (max 400 caratteri a disposizione)
 - l. Descrizioni Risultati (max 400 caratteri a disposizione)

2. Inserire i materiali (tutti obbligatori) richiesti, secondo le seguenti specifiche:

VIDEO DEL LAVORO

Per ogni categoria, ogni agenzia dovrà inviare i propri lavori con un video in formato MP4. Anche i board o i file MP3 dovranno essere caricati sempre con un video in formato MP4. Questa versione è necessaria alla giuria per la valutazione del lavoro e per l’assegnazione del punteggio secondo i criteri definiti e dovrà essere caricato:

1. in formato MP4
2. 1920x1080 pixel
3. con una durata massima 120 secondi (2 minuti)
4. peso massimo consentito 200MB

Si consiglia di rendere i video efficaci, coinvolgenti, con una strategia sintetica completa di esecuzione e di risultati che veicolino bene l’idea alla giuria che giudica il lavoro. All’interno della sezione “Risultati” non verranno accettate citazioni o riferimenti ad altri premi vinti dalla campagna/progetto iscritto. Il nome dell’agenzia o elementi che riportino ad essa non dovranno tassativamente essere inseriti nei lavori presentati.

Si suggerisce di presentare i video con un voice over o testi descrittivi a scelta in italiano o in inglese.

Una chiara e corretta presentazione delle campagne è fondamentale e aiuta la giuria a dare una giusta ed equa valutazione.



Nel caso un progetto riceva il premio, potrebbe essere proiettato nella serata di premiazione finale.

SHORT VIDEO DEL LAVORO

Dovrà essere caricato lo stesso video sopra descritto ma in specifiche diverse di seguito riportate:

1. in formato MP4
2. 1920x1080 pixel
3. con una durata massima 20 secondi
4. peso massimo consentito 50MB

In caso di assegnazione del premio, questa versione del video potrà essere utilizzata nella serata della premiazione finale.

ATTENZIONE: NEI DUE VIDEO SOPRA DESCRITTI NON DOVRANNO ESSERE INSERITI NÉ IL NOME NÉ IL LOGO DELL'AGENZIA ISCRITTA PENA ESCLUSIONE DEL LAVORO DALLA VOTAZIONE

LOGO DELLA TUA AGENZIA.

Il logo potrà essere utilizzato UNICAMENTE nella serata della premiazione finale in caso di assegnazione di un premio di categoria. Dovrà essere caricato con le seguenti specifiche:

1. in formato PNG
2. in alta risoluzione/300dpi
3. con sfondo trasparente
4. con base minima di 10 cm

LOGO DEL CLIENTE

Il logo potrà essere utilizzato UNICAMENTE nella serata della premiazione finale in caso di assegnazione di un premio di categoria. Dovrà essere caricato con le seguenti specifiche:

1. in formato PNG
2. in alta risoluzione/300dpi
3. con sfondo trasparente
4. con base minima di 10 cm.

L'iscrizione dei singoli lavori avverrà contestualmente al caricamento dei materiali sopra riportati. Si consiglia pertanto di preparare tutti i materiali richiesti prima del caricamento e procedere successivamente all'effettiva iscrizione del lavoro.

Avvenuto il caricamento, i file NON potranno più essere modificati e NON verranno accettati nuovi file.

Verranno considerati NON IDONEI e quindi NON ISCRITTI i lavori i cui video:

1. avranno inserito il nome e/o logo dell'agenzia in modo visivo e/o vocale;
2. avranno un peso maggiore di 200MB;
3. avranno una durata superiore (anche solo di un secondo) ai 120" previsti per il video di presentazione e ai 20" previsti per lo short video.
4. sono già stati presentati in passate edizioni, anche se il cliente dovesse aver ripetuto la campagna nell'anno successivo e la stessa risultasse modificata in parte.

In questo caso, seguirà comunicazione dal supporto tecnico con le indicazioni per poter ricaricare nuovamente, entro il termine d'iscrizione, tutto il materiale richiesto (form iniziale + 4 file).

Si informa che i lavori non caricati entro il termine del **6 ottobre 2024** non verranno ammessi e non sarà possibile richiedere un rimborso del pacchetto non utilizzato.



QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Da quest'anno è disponibile la Partecipazione **Early Bird**: tutti i lavori inviati entro il 30/08/2023 avranno una quota promozionale.

QUOTE AGENZIE ASSOCIATE UNA

In regola con le quote anno 2024

Promozione Early Bird (entro il 31/08/2024)

Primo lavoro €400 + IVA

Lavoro successivo al primo €300 + IVA

Iscrizione dopo 01/09/2024

Primo lavoro €500 + IVA

Lavoro successivo al primo €400 + IVA

QUOTE AGENZIE NON ASSOCIATE UNA

Promozione Early Bird (entro il 31/08/2024)

Primo lavoro €500 + IVA

Lavoro successivo al primo €400 + IVA

Iscrizione dopo il 01/09/2024

Primo lavoro €600 + IVA

Lavoro successivo al primo €500 + IVA

QUOTE ISTITUTI PER NEXT GEN EVENT

Iscrizione

Primo lavoro € 50 + IVA

Lavoro successivo al primo € 30 + IVA

È possibile iscrivere lo stesso lavoro in un massimo di 3 categorie enfatizzando per ciascuna di esse le diverse caratteristiche.

È possibile iscrivere più lavori su una stessa categoria purché siano con clienti e/o soggetti diversi.

Il pagamento della quota dovrà avvenire contestualmente all'iscrizione tramite PayPal o bonifico bancario intestato a:

AssAP Servizi S.r.l. - UNICREDIT SpA - Filiale MODESTINO IBAN: IT 08 E 02008 01610 000105843524

Solo dopo la conferma di avvenuto pagamento, il caricamento dei lavori risulterà possibile al sito.

La fattura del pagamento verrà emessa successivamente al ricevimento della quota di partecipazione e sarà emessa da AssAP SERVIZI S.r.l.

La quota non include la partecipazione alla CENA di GALA nella serata di premiazione finale. I vincitori di categoria possono richiedere un invito gratuito per ogni premio vinto, fino a un massimo di 3. La serata delle premiazioni si svolgerà il giorno 9 dicembre 2024 dalle ore 19.00 al Four Season di Milano.

I vincitori delle varie categorie potranno richiedere copie del premio previo il versamento dei costi di duplicazione e spedizione che verranno successivamente comunicati.

ISCRIZIONI E MATERIALI

Le iscrizioni verranno aperte l'1 luglio 2024. I lavori dovranno essere caricati seguendo le indicazioni riportate dal sito www.italiachecomunica.it, **entro e non oltre il 6 ottobre 2024.** I lavori inviati oltre tale termine o che non risulteranno conformi alle specifiche del presente regolamento non verranno ammessi e non sarà possibile richiedere un rimborso della quota d'iscrizione. I lavori inviati dalle Agenzie non verranno restituiti e UNA si riserva la facoltà di pubblicare i materiali dei lavori vincenti su tutti i canali media che riterrà opportuni.



TRATTAMENTO E PUBBLICAZIONE DEI LAVORI ISCRITTI

1. Le Agenzie si assumono la piena responsabilità dei lavori iscritti, esentando UNA da ogni possibile rivalsa.
2. Non è possibile iscrivere lavori che non possano essere comunicati alla stampa e/o pubblicati sui siti e sui canali social di “UNA” e “Italiachecomunica”. In caso di tale impossibilità, il progetto verrà immediatamente escluso dalla competizione. In caso di vittoria, il premio non sarà assegnato e non verrà restituita l'eventuale quota d'iscrizione;
3. Per la pubblicazione sulle testate dei media partner e sui mezzi stampa, saranno utilizzati gli stessi dati forniti sul form online e lo stesso materiale inviato per la selezione della giuria. Raccomandiamo d'inviare immagini e video di buona qualità. UNA e il comitato organizzatore del premio restano pertanto esentati da qualsiasi responsabilità nei confronti di terzi;
4. Al fine di promuovere il premio, le Agenzie iscritte autorizzano gratuitamente ed in via permanente UNA e gli organizzatori, a diffondere i lavori iscritti in occasione di presentazioni promozionali, sia pubbliche che private. Autorizzano inoltre UNA e gli organizzatori altresì a riprodurre tutti i lavori iscritti nell'archivio del premio sia online che offline;
5. Si ricorda che l'utilizzo di foto, musiche, persone, marchi o immagini è regolamentato dalla legge e dal diritto d'autore. Ogni Agenzia che iscrive una campagna/progetto/iniziativa si assume tutte le responsabilità derivanti dall'utilizzo di immagini, musiche, persone, marchi presenti nei propri lavori.

Per eventuali chiarimenti scrivere a:

segreteria@italiachecomunica.it

