Youmark.it

Effie Awards Italy 2022. Completato il percorso di valutazione , si prepara la cerimonia di premiazione

21 Giugno 2022

Continua il percorso di valutazione delle campagne iscritte alla quarta edizione di Effie Awards Italy, il riconoscimento che valorizza l'efficacia delle campagne di marketing e le performance della comunicazione, organizzato da UNA- Aziende della Comunicazione Unite e UPA, l'Associazione delle aziende che investono in pubblicità e in comunicazione.

Si è tenuto in questi giorni il Round TWO della Giuria, che ha visto 24 giurati, esperti di strategia, responsabili marketing e professionisti di agenzia, confrontarsi per l'assegnazione dei trofei di categoria.

Oggetto di valutazione sono state le 37 campagne che al Round ONE hanno ottenuto i punteggi minimi previsti dalle severe regole Effie nei quattro parametri presi a riferimento per valutarne l'efficacia (sfida e contesto, insight, creatività e piano media, risultati).

Per scoprire quali sono le campagne vincitrici di Ori, Argenti e Bronzi bisognerà attendere il 13 settembre nel corso della serata di gala che si terrà ancora a Villa Necchi Campiglio, dove verrà proclamato in diretta anche il Grand Effie.

L'edizione 2022 di Effie Awards Italy è sostenuta da Google (Diamond Sponsor), Nielsen (Platinum Sponsor), Publitalia '80 (Platinum Sponsor) e WebAds (Gold Sponsor).

Primaonline.it

ore 09.04 - 21/06/2022

Effie Award: i finalisti dell'edizione 2022

di **Redazione PrimaOnline**

Effie – Awarding Ideas That Work, il premio che riconosce le idee che funzionano e contribuiscono al successo di un brand valorizzandone i risultati di business, vede finalmente dopo una rigorosa selezione dei candidati la scelta dei finalisti.

I criteri di giudizio si basano su vari elementi legati alla strategia, creatività, media ed esecuzione delle campagne che devono rispettare gli standard internazionali. Essere tra i finalisti e arrivare ad aggiudicarsi un Effie Award è un traguardo, riconosciuto attraverso l'assegnazione di punti validi per l'indice Effie mondiale. Ecco qui di seguito le scelte

effie AWARDS

ITALY

2022 FINALISTI

® Effie is a registered trademark / service mark of Effie Worldwide, Inc.

Advexpress.it

21/06/2022 16:24

Premi

Effie® Awards Italy 2022. Completato il percorso di valutazione, si prepara la cerimonia di premiazione

Continua il percorso di valutazione delle campagne iscritte alla quarta edizione del riconoscimento che valorizza l'efficacia delle campagne di marketing e le performance della comunicazione, organizzato da UNA- Aziende della Comunicazione Unite e UPA, l'Associazione delle aziende che investono in pubblicità e in comunicazione.
Si è tenuto in questi giorni il **Round TWO della Giuria**, che ha visto 24 giurati, esperti di strategia, responsabili marketing e professionisti di agenzia, confrontarsi per l'assegnazione dei trofei di categoria.

A **questo link** sul sito di Effie è possibile vedere l'elenco e i profili delle due giurie tenute sinora.

Oggetto di valutazione sono state le **37 campagne** che al Round ONE hanno ottenuto i punteggi minimi previsti dalle severe regole Effie nei quattro parametri presi a riferimento per valutarne l'efficacia (sfida e contesto, insight, creatività e piano media, risultati).

L’elenco delle campagne ammesse in shortlist e partecipanti all’attribuzione dei diversi trofei è consultabile sul sito **a questa pagina**.

Per scoprire quali sono le campagne vincitrici di Ori, Argenti e Bronzi bisognerà attendere il **13 settembre** nel corso della **serata di gala** che si terrà ancora a Villa Necchi Campiglio, dove verrà proclamato in diretta anche il Grand Effie.

A conferma del valore dell’iniziativa, l’edizione 2022 di Effie® Awards Italy è sostenuta da importanti aziende partner: Google (Diamond Sponsor), Nielsen (Platinum Sponsor), Publitalia ’80 (Platinum Sponsor) e WebAds (Gold Sponsor).

BRAND NEWS

martedì 21 giugno 2022

quotidiano di brand marketing, comunicazione, media, web & digital, pubblicità, design

ITALIA

ASSOCIAZIONI

UNA: giovedì un open day per i giovani sulle professioni della comunicazione

Davide Arduini

Giovedì 23 giugno dalle 14:30 alle 18:30 presso Base Milano in via Bergognone 34, UNA presenta il suo primo open day dedicato ai giovani studenti e neolaureati che si stanno affacciando al mercato del lavoro, interessati a conoscere di più il mondo della comunicazione in tutte le sue accezioni.

L'obiettivo dell'associazione è di raccontare la varietà delle figure professionali che operano nel settore, tutte accomunate da grandi potenzialità di esprimere la propria creatività e di poter verificare direttamente il contributo di successo creato dal proprio lavoro. Tutto avverrà attraverso i professionisti delle agenzie che hanno aderito ai vari hub dell'associazione: PR, Innovation, B2B, Media, Live, Retail, Loyalty e una nutrita rappresentanza di esponenti delle agenzie creative.

Ogni Hub avrà una propria postazione dove sarà possibile raccogliere le informazioni. Inoltre ogni Hub avrà a disposizione 20 minuti di palcoscenico per raccontare in maniera attrattiva il proprio DNA, attraverso i giovani che già esercitano le varie professioni e che con un linguaggio più vicino alle giovani generazioni possono trasmettere l'entusiasmo di un settore così vivace come è quello della comunicazione a 360°.

"L'associazione ha compreso negli anni che molti giovani non hanno un'idea precisa dell'enorme potenziale d'inserimento che il settore della comunicazione è in grado di esprimere" afferma Davide Arduini, Presidente di UNA, "e la volontà è quella di raccontare le varie professioni nella loro quotidianità per contenere la paura istintiva che la complessità può generare, questo perché riteniamo che sia dovere dell'associazione garantire un costante flusso di talenti che vadano a nutrire la crescita del nostro mercato".

UNA proporrà in questo contesto anche l'ampia offerta di corsi avanzati studiati per giovani e professionisti.

ITALIA

PREMI

Effie Awards Italy 2022: completato il percorso di valutazione, si prepara la cerimonia di premiazione

Continua il percorso di valutazione delle campagne iscritte alla quarta edizione di Effie Awards Italy, il riconoscimento che valorizza l'efficacia delle campagne di marketing e le performance della comunicazione, organizzato da UNA- Aziende della Comunicazione Unite e UPA, l'associazione delle aziende che investono in pubblicita` e in comunicazione.

Si e` tenuto in questi giorni il Round Two della Giuria, che ha visto 24 giurati, esperti di strategia, responsabili marketing e professionisti di agenzia, confrontarsi per l'assegnazione dei trofei di categoria.

Oggetto di valutazione sono state le 37 campagne che al Round One hanno ottenuto i punteggi minimi previsti dalle severe regole Effie nei quattro parametri presi a riferimento per valutarne l'efficacia (sfida e contesto, insight, creatività e piano media, risultati).

L'elenco delle campagne ammesse in shortlist e partecipanti all'attribuzione dei diversi trofei è consultabile sul sito a questa pagina.

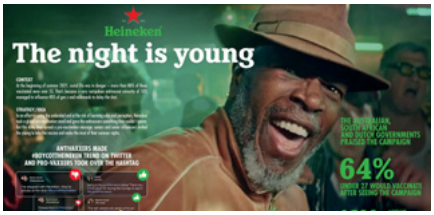
Per scoprire quali sono le campagne vincitrici di Ori, Argenti e Bronzi bisognerà attendere il 13 settembre nel corso della serata di gala che si terrà ancora a Villa Necchi Campiglio, dove verrà proclamato in diretta anche il Grand Effie.

Google (Diamond Sponsor), Nielsen (Platinum Sponsor), Publitalia '80 (Platinum Sponsor) e WebAds (Gold Sponsor) sono i partner dell'edizione 2022.

DailyMedia
Il quotidiano della comunicazione
anno XXXII 112
martedì 21 giugno 2022
p. 6

Creatività Cannes Lions: partenza positiva per l'Italia, presente in 8 short list con oltre 20 lavori

Il Festival entra nel vivo con le prime selezioni che mettono in luce le agenzie VLMY&R, Ogilvy Milan, Publicis Italy, Saatchi&Saatchi, ACNE Milano e Havas Group Milano



Il Festival di Cannes entra nel vivo con le prime short list rese note fino a ieri, dove compaiono oltre 20 selezioni italiane. VLMY&R con il suo lavoro per Rolling Stone piazza quattro soggetti ("Breast Feeding", "Bath", "Vomit", "Toilet") in Industry Craft. La stessa campagna con cinque soggetti, i già citati più "Rockin' Mamas", entrano anche in Print. Ogilvy Milan firma "Staraoke" per Prime Video, selezionato in Entertainment, Entertainment Lions for Music con due short list, e Outdoor. Saatchi&Saatchi è presente con "Bye Bye Lullaby" realizzata per Pampers in Entertainment Lions for Music e in Health&Wellness, dove ha piazzato anche "The workout deal" per Cattolica Assicurazioni. Publicis Italy si colloca in Entertainment for Sports con "The Genderless Billboard" realizzata per Heineken, che si aggiudica una short list anche in Outdoor; sempre con Heineken è presente in Digital Craft con "The Virtual Heineken Silver". Nella categoria Outdoor l'agenzia si colloca anche con "The Hidden Outdoors" per Bottega Veneta e "The Unwasted Beer", firmata insieme a Publicis Dublino. Infine si piazza in Health&Wellness con quattro candidature per la campagna "The night is Young" ideata sempre per Heineken.

Le short list e i premi di oggi.

Altre campagne italiane presenti in queste prime short list sono "Discovery Billboard" di ACNE Milano per Terres des Hommes e "Neverending Chase" di Havas Group Italy per Affinity Ultima nella categoria Outdoor. Le altre short list uscite in questi primi giorni da cui gli italiani sono assenti sono Design, Innovation, Titanium, Radio&Audio, Pharma e Film Craft. Oggi invece saranno resi noti i lavori selezionati per le categorie Brand Experience&Activation, Creative Business Transformation, Creative Commerce, Mobile, Creative Effectiveness, Creative Strategy. Questa sera saranno invece assegnati i Leoni alle categorie Design, Digital Craft, Film Craft, Industry Craft, Entertainment, Entertainment for Music ed Entertainment for Sports.

Premi Effie Awards Italy 2022: completato il percorso di valutazione, si prepara la cerimonia di premiazione

Continua il percorso di valutazione delle campagne iscritte alla quarta edizione di Effie Awards Italy, il riconoscimento che valorizza l'efficacia delle campagne di marketing e le performance della comunicazione, organizzato da UNA e UPA. Si è tenuto in questi giorni il Round TWO della Giuria, che ha visto 24 giurati, esperti di strategia, responsabili marketing e professionisti di agenzia, confrontarsi per l'assegnazione dei trofei di categoria. Oggetto di valutazione sono state le 37 campagne che al Round ONE hanno ottenuto i punteggi minimi previsti dalle severe regole Effie nei quattro parametri presi a riferimento per valutarne l'efficacia (sfida e contesto, insight, creatività e piano media, risultati). Per scoprire quali sono le campagne vincitrici di Ori, Argenti e Bronzi bisognerà attendere il 13 settembre nel corso della serata di gala che si terrà ancora a Villa Necchi Campiglio, dove verrà proclamato in diretta anche il Grand Effie. A conferma del valore dell'iniziativa, l'edizione 2022 di Effie Awards Italy è sostenuta da importanti aziende partner: Google (Diamond Sponsor), Nielsen (Platinum Sponsor), Publitalia '80 (Platinum Sponsor) e WebAds (Gold Sponsor).