



Premi ADCI 2020: Wunderman Thompson premiato per la campagna Burger King



Testata: italy24news.com

Data: 15 novembre 2020

Si è appena concluso L ' **ADCI AWARDS** , il più importante premio per creatività e qualità nella comunicazione pubblicitaria in Italia, che da 35 anni premia le migliori campagne, si è appena concluso e la Giuria presieduta da **Stefania Siani** ha decretato il vincitore del Grand Prix ADCI Awards Il 2020 è **Wunderman Thompson Italia** con la **campagna "Social Distancing Whopper"** realizzata per **Burger King** .

Wunderman Thompson Italia ha anche vinto il premio **Agency of the Year** e **Burger King** il premio **Customer of the Year**.

Il **Gran Premio Non Profit** i invece è stato assegnato all'agenzia **DUDE** per la campagna **"Money Makes Money"** (società di produzione **Wakaliwood**) per **Communities For Development**.

La Categoria Studenti ha visto l'affermazione di **IED - Istituto Europeo di Design Roma** che ha vinto l'oro con il progetto **"NYT - Plug in"** per il **New York Times**.

Tra i premi speciali il **"Premio Equal"** - che premia l'impegno di aziende e creativi contro la discriminazione - è stato vinto quest'anno da **Publicis Italia** con la campagna **"Luna Nera"** per **Netflix**. I premi **Best Use of Youtube (Digital and Film)** sono entrambi vinti dall'agenzia **We Are Social** con la campagna **"The Rooftop Match"** (casa di produzione **BRW Filmland**) per **Barilla**, mentre **'7 Days Brief'**, una sfida per la realizzazione di uno spot pubblicitario in soli sette giorni, è andato a **Lorenzo Daponte e Serena Cantù** con **"No more phobia"** per la **Fondazione Mondo Digitale**.

Testata: italy24news.com

Data: 15 novembre 2020

"È stato un anno davvero incredibile, sotto ogni punto di vista, e gli Awards non sono stati da meno - commenta **Vicky Gitto presidente di ADCI Art Directors Club Italiano** - Nonostante le oggettive difficoltà che le agenzie hanno dovuto affrontare in questi mesi , abbiamo avuto oltre 800 iscrizioni, un ottimo risultato, con iscrizioni alla campagna da tutta Italia e non solo da Roma e Milano, un riscontro che ripaga il costante impegno che il Club, anche grazie al prezioso lavoro dei Local Ambassador - sottolinea Gitto - è diffuso su tutto il territorio, così come la partecipazione degli studenti, che il Club da anni investe nel promuovere e sostenere ".

"Inoltre - prosegue il presidente dell'ADCI - molte opere in concorso sono arrivate da agenzie indipendenti, confermando un trend in crescita anche in questa edizione, quest'anno abbiamo avuto anche il record di partecipazione per l'Equal Award".

"Certo - aggiunge **Stefania Siani, Vice Presidente ADCI e Presidente ADCI Awards** - in questa edizione non c'è stata la cerimonia di premiazione alla presenza, ma creatività, talento e belle idee non hanno bisogno di un luogo fisico per esprimersi al meglio. E l'ottima partecipazione, il livello qualitativo dei lavori presentati in questa edizione, insieme al grande coinvolgimento ed entusiasmo dei creativi e delle aziende che hanno proposto le loro campagne, ne sono una prova tangibile. "