



L'ADCI AWARDS 2020: ecco i premiati

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

Wunderman Thompson Italy ha vinto anche il premio **Agenzia dell'Anno** e **Burger King** il premio **Cliente dell'Anno**.

Il **Grand Prix Non Profit** invece è stato assegnato all'agenzia **DUDE** per la campagna **"Money Makes Money"** (casa di produzione Wakaliwood) per **Communities For Development**.

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

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



"È stato un anno davvero incredibile, sotto ogni punto di vista, e anche l'Awards non è stato da meno – commenta Vicky Gitto presidente di ADCI Art Directors Club Italiano – Nonostante le difficoltà oggettive a cui le agenzie hanno dovuto far fronte in questi mesi, abbiamo avuto oltre 800 entries, un ottimo risultato, con iscrizioni di campagne da tutta Italia e non solo da Roma e Milano, riscontro che ripaga il costante impegno che il Club, anche grazie al prezioso lavoro dei Local Ambassador – sottolinea Gitto – ha profuso sul territorio, così come sempre più grande è la partecipazione degli studenti, che il Club da anni ha investito nel promuovere e sostenere".

"Inoltre – continua il presidente ADCI – tanti lavori in gara sono giunti da agenzie indipendenti, confermando un trend crescente anche in questa edizione, quest'anno poi abbiamo avuto il record di partecipazione anche per il Premio Equal".

"Certo – aggiunge Stefania Siani, vice presidente ADCI e Presidente degli ADCI Awards – in questa edizione è mancata la premiazione in presenza, ma la creatività, il talento e le belle idee non necessitano 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 di creativi ed aziende che hanno proposto le loro campagne, ne sono la prova tangibile."