

| GIURIA | SOTTOCATEGORIA | CAMPAGNA | PRODOTTO | SOGGETTO | CLIENTE | AGENZIA | PRIZE |
|--|---|---|--|---|--------------------------|--------------------|-----------------------------|
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.2 Altri schermi Non Profit | Orso Polare | WWF | Orso Polare | WWF | Accorgitene | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.2 TV e Cinema Non Profit | Orso Polare | WWF | Orso Polare | WWF | Accorgitene | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.5 Miglior Effetto Speciale/VFX/Animazione | Orso Polare | WWF | Orso Polare | WWF | Accorgitene | Bronzo |
| DESIGN | B.6.1 Digital e Motion Design - Website, blog e mobile app | In Caso di Mag | Abbigliamento | Brand Magazine | Colmar | Alkemy | Oro |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | F.6.2 Art Direction | In Caso Di Mag | Abbigliamento | Brand Magazine | Colmar | Alkemy | Bronzo |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | F.6.3 Copywriting | The Masterpiece | Campagna Abbonamenti 2018-2019 | Nascosti Tra La Folla | FC Internazionale Milano | Alkemy | Bronzo |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.4.1 Social Media - Campagna | The Masterpiece | Campagna Abbonamenti 2018-2019 | The Masterpiece | FC Internazionale Milano | Alkemy | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | I.3.1 Branded Live Experience | Inter Bells | Campagna di Natale | Inter Bells | FC Internazionale Milano | Alkemy | Argento/Best Use Of Youtube |
| FILM/BRANDED CONTENT | I.2.1 Video fiction e non fiction | The Masterpiece | Campagna Abbonamenti 2018-2019 | Nascosti tra la folla | FC Internazionale Milano | Alkemy | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.1.1 Fotografia | The Masterpiece | Campagna Abbonamenti 2018-2019 | The Masterpiece | FC Internazionale Milano | Alkemy | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.7 Art Direction | The Masterpiece | Campagna Abbonamenti 2018-2019 | The Masterpiece | FC Internazionale Milano | Alkemy | Argento |
| INTEGRATED | A.1.1 Campagna | The Masterpiece | Campagna Abbonamenti 2018-2019 | The Masterpiece | FC Internazionale Milano | Alkemy | Bronzo |
| PROMO ACTIVATION | C.2.1 Digital e Social Media | The Masterpiece | Campagna Abbonamenti 2018-2019 | Stars of San Siro | FC Internazionale Milano | Alkemy | Argento |
| STAMPA/OUTDOOR | A.2.1 Campagna Stampa | The Masterpiece | Campagna Abbonamenti 2018-2019 | The Masterpiece | FC Internazionale Milano | Alkemy | Bronzo |
| STAMPA/OUTDOOR | A.3.1 Tabellone | The Masterpiece | Campagna Abbonamenti 2018-2019 | The Masterpiece | FC Internazionale Milano | Alkemy | Bronzo |
| DESIGN | B.2.2 Packaging - Serie coordinata | Vogliamo portarvi ancora più in alto. | Linea 508 | Linea 508 | Cantina dei Colli Ripani | Andrea Castelletti | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.5 Tipografia - Hand Writing | The hand-made Masterpiece | Amaro Montenegro | The hand-made Masterpiece | Montenegro | Armando Testa | Argento |
| DESIGN | B.2.2 Packaging - Serie coordinata | Mutti Special Edition for Fico Eatoly World | Restyling Packaging | Special Edition | Mutti | AUGE DESIGN | Oro |
| DESIGN | B.5.3 BTL, Retail e Environmental - Progetto coordinato | Special Retail Project | Limited Edition Posters in vendita negli store Calligaris | Calligrafiche | Calligaris | AUGE DESIGN | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.2 Altri schermi Non Profit | FAI | Giornata Fai d'Autunno | Tu Che Puoi, FAI! | Fondo Ambiente Italiano | AUGE HEADQUARTER | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.1 Altri schermi | Biscotti | Biscotti | Gli ingredienti fanno la differenza | Cabrioni | AUGE HEADQUARTER | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.1 Altri schermi | NonMordere | NonMordere | Gli Eroi del Relax | Sammontana | AUGE HEADQUARTER | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.2 TV e Cinema Non Profit | FAI | Giornata Fai d'Autunno | Tu Che Puoi, FAI! | Fondo Ambiente Italiano | AUGE HEADQUARTER | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.1 TV e Cinema | NonMordere | NonMordere | Gli Eroi del Relax | Sammontana | AUGE HEADQUARTER | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.1 Regia e Animazione | Biscotti | Biscotti | Gli ingredienti fanno la differenza | Cabrioni | AUGE HEADQUARTER | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.6 Sound & Music Sound Effect | Cinque Stelle Sammontana | Cono Cinque Stelle | Cinque Stelle alla Nostra Estate Italiana | Sammontana | AUGE HEADQUARTER | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.8 Script / Copywriting | NonMordere | NonMordere | Gli Eroi del Relax | Sammontana | AUGE HEADQUARTER | Argento |
| RADIO/COPYWRITING | F.2.6 Copywriting | FAI | Giornata Fai d'Autunno | Tu Che Puoi, FAI! | Fondo Ambiente Italiano | AUGE HEADQUARTER | Bronzo |
| DIRECT/MEDIA | G.1.3 Direct Marketing - Digital e Social Media | JAMES BOT | JAMESON Irish whiskey | JAMES BOT | PERNOD RICARD | conversion | Bronzo |
| DESIGN | B.3.1 Grafico editoriale | The Changing Catalogue | Catalogo 2018 | The Changing Catalogue | IKEA Italia | DDB Group Italy | Argento |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.4.1 Social Media - Campagna | BLYERTSPENNA | Catalogo 2019 | BLYERTSPENNA | IKEA Italia | DDB Group Italy | Bronzo |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.4.1 Social Media - Campagna | Lancio del brand iliaid | Strategia contenuti Social | Strategia contenuti Social | iliaid Italia | DDB Group Italy | Argento |
| DIRECT/MEDIA | G.1.7 Direct Marketing - Campaign | BLYERTSPENNA | Catalogo 2019 | BLYERTSPENNA | IKEA Italia | DDB Group Italy | Bronzo |
| DIRECT/MEDIA | L.1.2 Uso Innovativo del Media | The Room | Campagna per la giornata internazionale contro la violenza sulle donne | The Room | Ikea Italia | DDB Group Italy | Argento/equal |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.1 Altri schermi | La casa non è fatta per difendersi | Campagna per la giornata internazionale contro la violenza sulle donne | La casa non è fatta per difendersi | Ikea Italia | DDB Group Italy | Bronzo |
| INTEGRATED | A.1.1 Campagna | BLYERTSPENNA | Catalogo 2019 | BLYERTSPENNA | IKEA Italia | DDB Group Italy | Oro |
| PR | H.1.3 Comunicazione PR corporate (include Corporate Responsibility) | The Room | Campagna per la giornata internazionale contro la violenza sulle donne | The Room | Ikea Italia | DDB Group Italy | Oro |
| PR | H.1.7 Eventi e 'stunt' | The Room | Campagna per la giornata internazionale contro la violenza sulle donne | The Room | Ikea Italia | DDB Group Italy | Argento |
| PR | H.1.7 Eventi e 'stunt' | BLYERTSPENNA | Catalogo 2019 | BLYERTSPENNA | IKEA Italia | DDB Group Italy | Argento |
| PROMO ACTIVATION | C.2.1 Digital e Social Media | BLYERTSPENNA | Catalogo 2019 | BLYERTSPENNA | IKEA Italia | DDB Group Italy | Oro |

| GIURIA | SOTTOCATEGORIA | CAMPAGNA | PRODOTTO | SOGGETTO | CLIENTE | AGENZIA | PRIZE |
|--|---|---------------------------------------|--|---------------------------------|--|----------------------------------|---------------------|
| RADIO/COPYWRITING | F.2.6 Copywriting | The Changing Catalogue | Catalogo 2018 | The Changing Catalogue | IKEA Italia | DDB Group Italy | Bronzo |
| STAMPA/OUTDOOR | A.4.1 Out Of Home | The Room | Campagna per la giornata internazionale contro la violenza sulle donne | The Room | Ikea Italia | DDB Group Italy | Argento |
| STAMPA/OUTDOOR | A.4.1 Out Of Home | BLVERTSPENNA | Catalogo 2019 | BLVERTSPENNA | IKEA Italia | DDB Group Italy | Argento |
| DIRECT/MEDIA | G.1.5 Direct Marketing - CRM Strategy | GoLive | GoLive | GoLive | laTravel | Deloitte Digital | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.3 Promo Footage | Tg Lercio | Promo Shooting | Tg Lercio | DMax | Discovery Italia | Argento |
| DESIGN | B.1.1 Brand Identity - Immagine Coordinata | Editions | Spazio Pontaccio | Spazio Pontaccio | Spazio Pontaccio | DLVBDO | Bronzo |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.5.2 Viral Non Profit | mai più un banco vuoto | Onlus | mai più un banco vuoto | Fare x Bene | DLVBDO | Oro |
| DIRECT/MEDIA | L.1.4 Creative Effectiveness | rinascimento Urbano | | Maurizio Cattelan | Huawei | DLVBDO | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.2 Altri schermi Non Profit | mai più un banco vuoto | Onlus | mai più un banco vuoto | Fare x Bene | DLVBDO | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.2 TV e Cinema Non Profit | mai più un banco vuoto | Onlus | mai più un banco vuoto | Fare x Bene | DLVBDO | Bronzo |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | I.1.1 Creative Social Content & Editorial | Nylon Farm | Brand Fashion | Nylon Farm | Prada | DLVBDO | Oro |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.7 Art Direction | Nylon Farm | Brand Fashion | Nylon Farm | Prada | DLVBDO | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.8 Script / Copywriting | mai più un banco vuoto | Onlus | mai più un banco vuoto | Fare x Bene | DLVBDO | Argento |
| PR | H.1.2 Campagna Non Profit | mai più un banco vuoto | Onlus | mai più un banco vuoto | Fare x Bene | DLVBDO | Argento |
| PR | H.1.8 Campagna PR testimonial/sponsorship/partnership | Rinascimento Urbano | | Maurizio Cattelan | Huawei | DLVBDO | Bronzo |
| PROMO ACTIVATION | C.2.2 Digital e Social Media Non Profit | mai più un banco vuoto | Onlus | mai più un banco vuoto | Fare x Bene | DLVBDO | Bronzo |
| DESIGN | B.1.1 Brand Identity - Immagine Coordinata | Pulsee - Energy in evolution | - | Brand identity | AXPO Italia | DOING | Bronzo |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | I.1.1 Creative Social Content & Editorial | Hasbro Stories | . | . | Hasbro Italy | DOING | Bronzo |
| RADIO/COPYWRITING | F.2.6 Copywriting | Hasbro Stories | . | Indovina Chi | Hasbro Italy | DOING | Oro |
| DESIGN | B.6.3 Digital e Motion Design - Motion Design | DUDEX - Let X Flow - Party | DUDEX Party | Video promo | DUDEX | DUDEX | Bronzo |
| RADIO/COPYWRITING | A.7.2 Campagna Radio Non Profit | UNHCR | No profit | La Storia si Ripete | UNHCR | Eccetera produzioni Audio | Argento |
| RADIO/COPYWRITING | A.7.1 Campagna Radio | Traduttore automatico | Corso di lingue Carlo Bo | Jingle Bells | Istituto di Alti Studi SSML Carlo Bo | Fab / Lo Fabbbrica Creativa | Bronzo |
| RADIO/COPYWRITING | A.7.1 Campagna Radio | Traduttore automatico | Corso di lingue Carlo Bo | La Cucaracha | Istituto di Alti Studi SSML Carlo Bo | Fab / Lo Fabbbrica Creativa | Bronzo |
| RADIO/COPYWRITING | A.7.1 Campagna Radio | Traduttore automatico | Corso di lingue Carlo Bo | O Tannenbaum | Istituto di Alti Studi SSML Carlo Bo | Fab / Lo Fabbbrica Creativa | Bronzo |
| DESIGN | B.5.1 BTL, Retail e Environmental | Two hours to become a star | easyJet | Two hours to become a star | easyJet | FCB Milan | Bronzo |
| DESIGN | B.5.1 BTL, Retail e Environmental | #DriveYourStory | Carrera | Carrera Studio | Safilo Group | FCB Milan | Bronzo |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | I.1.4 Progetto editoriale owned media o native adv Non Profit | #DiversityWins | Diversity Brand Summit | #DiversityWins | Diversity Lab | FCB Milan | Bronzo |
| STUDENTI | E.1.1 Campagna | Cry me a song | Cry me a song | Cry me a song | Sonnet | Fond. Accademia di Comunicazione | Bronzo |
| STUDENTI | E.1.1 Campagna | Pillshot | Pillshot | Pillshot | US Department of Health and Human Services | Fond. Accademia di Comunicazione | Bronzo |
| STUDENTI | E.1.1 Campagna | Frostless | Frostless | Frostless | The North Face | Fond. Accademia di Comunicazione | Oro |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.1 Altri schermi | #InnoIntegrazionale | Real Estate | #InnoIntegrazionale | idealista | Gibbo&Lori | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.1 TV e Cinema | Oh my God | Real Estate | No cantina | idealista | Gibbo&Lori | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.1 TV e Cinema | Oh My God | Real Estate | No garage | idealista | Gibbo&Lori | Bronzo |
| DESIGN | B.8.1 Product Design | Feel the View | EcoSport | Ford EcoSport | Ford Italia | GTB Roma | Argento |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | D.6.1 Uso innovativo e creativo della tecnologia | Feel the View | EcoSport | Ford EcoSport | Ford Italia | GTB Roma | Oro |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | F.6.4 User Experience | Feel the View | EcoSport | Ford EcoSport | Ford Italia | GTB Roma | Argento |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | I.1.1 Creative Social Content & Editorial | Ford EcoSport La vita è là fuori e tu | EcoSport | Buttafuori e The Jackal | Ford Italia | GTB Roma | Best Use Of Youtube |
| PR | H.1.10 Social/Digital PR | Feel the View | EcoSport | Ford EcoSport | Ford Italia | GTB Roma | Bronzo |
| DESIGN | B.6.1 Digital e Motion Design - Website, blog e mobile app | TIM - The History Of Connection | TIM Archivio Storico | TIM - The History Of Connection | TIM | Havas Milan | Argento |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | D.2.1 Website | TIM - The History Of Connection | TIM Archivio Storico | TIM - The History Of Connection | TIM | Havas Milan | Argento |

| GIURIA | SOTTOCATEGORIA | CAMPAGNA | PRODOTTO | SOGGETTO | CLIENTE | AGENZIA | PRIZE |
|--|--|---|---|---------------------------------|---|---------------------------------------|---------|
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | F.6.4 User Experience | TIM - The History Of Connection | TIM Archivio Storico | TIM - The History Of Connection | TIM | Havas Milan | Bronzo |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | F.6.1 Interface Design | TIM - The History Of Connection | TIM Archivio Storico | TIM - The History Of Connection | TIM | Havas Milan | Bronzo |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.4.1 Social Media - Campagna | The Living Outdoor | Nuovo Peugeot Rifter | The Living Outdoor | Peugeot | Havas Milan | Bronzo |
| DIRECT/MEDIA | G.1.7 Direct Marketing - Campaign | Say it with books project | laFeltrinelli | Say it with books project | laFeltrinelli | Havas Milan | Bronzo |
| RADIO/COPYWRITING | A.7.1 Campagna Radio | Subito. Fai un affare fallo subito. | Piattaforma di second hand | Tavolo | Subito | Havas Milan | Argento |
| RADIO/COPYWRITING | A.7.1 Campagna Radio | Fai un affare fallo subito | Piattaforma di second hand | Specchio | Subito | Havas Milan | Argento |
| DESIGN | B.2.2 Packaging - Serie coordinata | Vetra #BirraDiStrada | Vetra #BirraDiStrada | Vetra #BirraDiStrada | Vetra | IBIB | Bronzo |
| STUDENTI | E.1.1 Campagna | Chew Check Vigorsol | Hiv test gums | Chew Check Vigorsol | Vigorsol | IED ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN S.P.A. | Argento |
| STUDENTI | E.1.1 Campagna | TellMojì | Applicazione | Tellmoji | The Guardian in collaborazione con WhatsApp | IED ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN S.P.A. | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.4 Montaggio | Mantra | No Code | No Code | Tod's | INDEPENDENT IDEAS | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.5 Miglior Effetto Speciale/VFX/Animazione | Abarth Let's Play Again | Abarth | Let's Play Again | Fiat Chrysler Automobiles | INDEPENDENT IDEAS | Argento |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | I.1.3 Progetto editoriale owned media o native adv | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | J. Walter Thompson Italia | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.1 Altri schermi | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | J. Walter Thompson Italia | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | I.2.1 Video fiction e non fiction | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | J. Walter Thompson Italia | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.3 Direzione della Fotografia | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo S.P.A. | J. Walter Thompson Italia | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.6 Sound & Music Sound Effect | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | J. Walter Thompson Italia | Argento |
| INTEGRATED | A.1.1 Campagna | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | J. Walter Thompson Italia | Argento |
| STAMPA/OUTDOOR | A.4.1 Out Of Home | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | The Ariston Comfort Challenge | Ariston Thermo | J. Walter Thompson Italia | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.6 Sound & Music Sound Effect | Mantra | No Code | No Code | Tod's | Karen™ | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.7 Art Direction | Pitti Uomo Social Media ADV | Pitti Uomo | The Pitti Bloom Dispenser | Pitti Immagine | LATERAL CREATIVE HUB | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.7 Art Direction | Pitti Optical Power | Pitti Uomo | Pitti Optical Power | Pitti Immagine | LATERAL CREATIVE HUB | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.1 Illustrazione | Attività Territoriali | Campagna di sensibilizzazione | I funamboli | CONAI - Consorzio Nazionale Imballaggi | Le Balene | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.1 Illustrazione | Annual Report 2017 - Data Meets Passion | Bilancio integrato + Illustrazioni VR+ Video 360 + Evento | Data Meets Passion | Pirelli | Le Balene | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.7 Art Direction | Annual Report 2017 - Data Meets Passion | Bilancio integrato + Illustrazioni VR+ Video 360 + Evento | Data Meets Passion | Pirelli | Le Balene | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.5 Miglior Effetto Speciale/VFX/Animazione | CONAI comple vent'anni | Video istituzionale | CONAI comple vent'anni | CONAI - Consorzio Nazionale Imballaggi | Le Balene | Bronzo |
| DIRECT/MEDIA | G.1.1 Direct Marketing - Classic Media | The Big Mac 50 quest | Big Mac | The Big Mac 50 quest | McDonald's Italia | Leo Burnett | Bronzo |
| DIRECT/MEDIA | L.1.2 Uso Innovativo dei Media | McDelivery Shelter | McDelivery | McDelivery Shelter | McDonald's Italia | Leo Burnett | Bronzo |
| STAMPA/OUTDOOR | A.3.3 Tabellare - Multisoggetto | The Big Mac 50 quest | Big Mac | The Big Mac 50 quest | McDonald's Italia | Leo Burnett | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.1 Regia e Animazione | fiat 500X cabina telefonica | fiat 500X | fiat 500X cabina telefonica | Fiat Chrysler Automobiles (FCA) | Leo Burnett Company | Bronzo |
| PROMO ACTIVATION | C.2.1 Digital e Social Media | Financial Toy | WHY-BUY 40 Years | Financial Toy | BMW Financial Services | M&C Saatchi | Bronzo |
| RADIO/COPYWRITING | A.7.1 Campagna Radio | Neologismi | Nuova MINI 3 Porte | Neologismi | MINI Italia (BMW Group) | M&C Saatchi | Oro |
| RADIO/COPYWRITING | F.2.6 Copywriting | Neologismi | Nuova MINI 3 Porte | Neologismi | MINI Italia (BMW Group) | M&C Saatchi | Bronzo |
| STAMPA/OUTDOOR | A.4.1 Out Of Home | BMW X2 #LikeGigante | BMW X2 | BMW X2 #LikeGigante | BMW Italia | M&C Saatchi | Bronzo |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | D.3.2 Mobile App Product & Services Non Profit | The Voice of Voices | HEALTHCARE | The Voice of Voices | NEMO | McCann Worldgroup | Bronzo |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.5.2 Viral Non Profit | The Voice of Voices | HEALTHCARE | The Voice of Voices | NEMO | McCann Worldgroup | Bronzo |
| DIRECT/MEDIA | G.1.4 Direct Marketing - Digital e Social Media Non Profit | The Voice of Voices | HEALTHCARE | The Voice of Voices | NEMO | McCann Worldgroup | Oro |
| PR | H.1.2 Campagna Non Profit | The Voice of Voices | HEALTHCARE | The Voice of Voices | NEMO | McCann Worldgroup | Oro |
| PR | H.1.10 Social/Digital PR | The Voice of Voices | HEALTHCARE | The Voice of Voices | NEMO | McCann Worldgroup | Argento |
| PROMO ACTIVATION | C.2.2 Digital e Social Media Non Profit | The Voice of Voices | HEALTHCARE | The Voice of Voices | NEMO | McCann Worldgroup | Oro |
| STAMPA/OUTDOOR | A.2.3 Campagna Stampa - Multisoggetto | Grandi storie piccolo spazio | Filatelia | Emissioni filateliche | Poste Italiane | McCann Worldgroup | Bronzo |

| GIURIA | SOTTOCATEGORIA | CAMPAGNA | PRODOTTO | SOGGETTO | CLIENTE | AGENZIA | PRIZE |
|--|---|----------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---|--------------------------------------|---------|
| STUDENTI | E.1.1 Campagna | SLA (unconventional advertising) | - | - | SLAncio | NABA - nuova accademia di belle arti | Bronzo |
| STUDENTI | E.1.1 Campagna | Innovazione | App | Violenza Domestica | Apple | NABA - nuova accademia di belle arti | Bronzo |
| DESIGN | B.5.1 BTL, Retail e Environmental | MEYELOMA | - | - | All. Associazione Italiana Contro le Leucemie Linfomi e Mieloma Onlus | Ogilvy | Oro |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | F.6.2 Art Direction | MEYELOMA | - | - | All. Associazione Italiana Contro le Leucemie Linfomi e Mieloma Onlus | Ogilvy | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.1 Regia e Animazione | APE | WIND | - | WIND TRE | Ogilvy | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.8 Script / Copywriting | APE | WIND | - | WIND TRE | Ogilvy | Oro |
| PROMO ACTIVATION | C.3.1 Other Media | A DOOR TO TUNISIA | - | - | Ente del Turismo Tunisino | Ogilvy | Bronzo |
| PROMO ACTIVATION | C.1.1 Classic Media | LA SOOH | - | - | Kinetic | Ogilvy | Bronzo |
| STAMPA/OUTDOOR | A.4.2 Out Of Home Non Profit | MEYELOMA | - | - | All. Associazione Italiana Contro le Leucemie Linfomi e Mieloma Onlus | Ogilvy | Bronzo |
| STAMPA/OUTDOOR | A.4.1 Out Of Home | LA SOOH | - | - | Kinetic | Ogilvy | Bronzo |
| DIRECT/MEDIA | L.1.2 Uso Innovativo del Media | Ok Google, light up San Siro! | Google Assistant | Ok Google, light up San Siro! | Google | OMD | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | I.3.1 Branded Live Experience | Ok Google, light up San Siro! | Google Assistant | Ok Google, light up San Siro! | Google | OMD | Bronzo |
| PR | H.1.8 Campagna PR testimonial/sponsorship/partnership | Dacia The Auction | Dacia | Dacia The Auction | Renault Italia | OMD | Argento |
| DIRECT/MEDIA | G.1.7 Direct Marketing - Campaign | DEISEL GO WITH THE FAKE | DIESEL | Go With The Fake | DIESEL | Publicis | Oro |
| DIRECT/MEDIA | G.1.3 Direct Marketing - Digital e Social Media | SKY SPOILER KILLERS | SKY GOMORRA | SKY SPOILER KILLERS | SKY | Publicis | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.1 TV e Cinema | Go With The Flow | Diesel | Go With The Flow - Poem | Diesel | Publicis | Oro |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.1 TV e Cinema | Keep The World Flawed | Diesel | Keep The World Flawed | Diesel | Publicis | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.1 TV e Cinema | JACKIE | Heineken | JACKIE | Heineken | Publicis | Oro |
| FILM/BRANDED CONTENT | I.3.1 Branded Live Experience | DEISEL GO WITH THE FAKE | DIESEL | Go With The Fake | DIESEL | Publicis | Oro |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.1 Regia e Animazione | Go With The Flow | Diesel | Go With The Flow - Poem | Diesel | Publicis | Oro |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.1 Regia e Animazione | Keep The World Flawed | Diesel | Keep The World Flawed | Diesel | Publicis | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.1 Regia e Animazione | JACKIE | Heineken | JACKIE | Heineken | Publicis | Oro |
| INTEGRATED | A.1.1 Campagna | DEISEL GO WITH THE FAKE | DIESEL | Go With The Fake | DIESEL | Publicis | Oro |
| PR | H.1.7 Eventi e 'stunt' | DEISEL GO WITH THE FAKE | DIESEL | Go With The Fake | DIESEL | Publicis | Oro |
| PROMO ACTIVATION | C.3.1 Other Media | DEISEL GO WITH THE FAKE | DIESEL | Go With The Fake | DIESEL | Publicis | Oro |
| PROMO ACTIVATION | C.3.1 Other Media | DACIA THE AUCTION | DACIA | DACIA THE AUCTION | RENAULT | Publicis | Argento |
| STAMPA/OUTDOOR | A.2.3 Campagna Stampa - Multisoggetto | MANIFESTO | Diesel | Sun Bunn, Being Lazy | Diesel | Publicis | Argento |
| STAMPA/OUTDOOR | A.4.1 Out Of Home | DEISEL GO WITH THE FAKE | DIESEL | Go With The Fake | DIESEL | Publicis | Oro |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.5.1 Viral | Asteroidi | Buondi Motto | Finale Col Botto | Motto | Saatchi & Saatchi | Argento |
| DIRECT/MEDIA | G.1.7 Direct Marketing - Campaign | Asteroidi | Buondi Motto | Case History Campagna | Motto | Saatchi & Saatchi | Bronzo |
| DIRECT/MEDIA | L.1.4 Creative Effectiveness | Asteroidi | Buondi Motto | Case History Campagna | Motto | Saatchi & Saatchi | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.1 Altri schermi | The big jump | My Protection | The big jump | Groupama | Saatchi & Saatchi | Argento |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.1 TV e Cinema | Asteroidi | Buondi Motto | Mamma | Motto | Saatchi & Saatchi | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.1 TV e Cinema | Asteroidi | Buondi Motto | Papà | Motto | Saatchi & Saatchi | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.5.1 TV e Cinema | The big jump | My Protection | The big jump | Groupama | Saatchi & Saatchi | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.3.6 Sound & Music Sound Effect | Come un Candito a Natale | Panettone Motto | Brano Musicale | Motto | Saatchi & Saatchi | Argento |
| PR | H.1.10 Social/Digital PR | Asteroidi | Buondi Motto | Case History Campagna | Motto | Saatchi & Saatchi | Oro |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.1.3 Fotografia - Digital Retouch | Unscary Winter | Vaccini Antinfluenzali | Orso | Regione Lazio | SuperHumans | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.1.3 Fotografia - Digital Retouch | Unscary Winter | Vaccinazione Antinfluenzale | Yeti | Regione Lazio | SuperHumans | Oro |
| STAMPA/OUTDOOR | A.3.2 Tabellare Non Profit | Unscary Winter | Vaccini Antinfluenzali | Yeti | Regione Lazio | SuperHumans | Bronzo |

| GIURIA | SOTTOCATEGORIA | CAMPAGNA | PRODOTTO | SOGGETTO | CLIENTE | AGENZIA | PRIZE |
|--|---|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|---------------|---------|
| STAMPA/OUTDOOR | A.3.2 Tabellere Non Profit | Unscary Winter | Vaccini Antinfluenzali | Orso | Regione Lazio | SuperHumans | Bronzo |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | D.6.1 Uso innovativo e creativo della tecnologia | The World Cup Blocker | ecommerce | The World Cup Blocker | ePRICE | TBWA\Italia | Argento |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.1.3 Fotografia - Digital Retouch | Stampa | LivaPig | Cicogna | CARGILL | TBWA\Italia | Bronzo |
| DESIGN | B.2.2 Packaging - Serie coordinata | The pack is in the back | Carnero | Carnero | Salca 1917 | the 6th | Oro |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.1 Illustrazione | The pack is in the back | Carnero | Carnero | Salca 1917 | the 6th | Oro |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | D.6.2 Uso innovativo e creativo della tecnologia - Non Profit | In Your Bones | Campagna Violenza Assistita | (In Your Bones) | Save the Children | The Embassy | Bronzo |
| DIRECT/MEDIA | L.1.2 Uso Innovativo dei Media | In Your Bones | Campagna Violenza Assistita | (In Your Bones) | Save the Children | The Embassy | Bronzo |
| PR | H.1.2 Campagna Non Profit | In Your Bones | Campagna Violenza Assistita | (In Your Bones) | Save the Children | The Embassy | Bronzo |
| RADIO/COPYWRITING | A.7.2 Campagna Radio Non Profit | In Your Bones | Campagna Violenza Assistita | (In Your Bones) | Save the Children | The Embassy | Bronzo |
| FILM/BRANDED CONTENT | A.6.1 Altri schermi | DIESEL_MADE TO RUN AWAY | JOGGJEANS | MADE TO RUN AWAY | DIESEL | THE FAMILY | Bronzo |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | A.1.3 Digital Integrated Campaign | Vodafone | Vodafone Shake Remix | | Vodafone | Vodafone | Argento |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.5.1 Viral | Vodafone | Vodafone Shake Remix | Shake Remix | Vodafone | Vodafone | Oro |
| DIGITAL 1 (Siti / App / Digital Craft) | A.1.3 Digital Integrated Campaign | Victims of Fashion Victims | IKEA | Victims of Fashion Victims | IKEA | We Are Social | Argento |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.4.1 Social Media - Campagna | MANY MINI | Nuova MINI | MANY MINI | MINI | We Are Social | Bronzo |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | D.4.1 Social Media - Campagna | Victims of Fashion Victims | IKEA | Victims of Fashion Victims | IKEA | We Are Social | Argento |
| DIGITAL 2 (Social / Viral) | I.1.1 Creative Social Content & Editorial | Victims of Fashion Victims | IKEA | Victims of Fashion Victims | IKEA | We Are Social | Bronzo |
| INDUSTRY CRAFT/FILM CRAFT | F.2.7 Art Direction | Unusual Breakfast | Tiny | Diet starts tomorrow | Lavazza | We Are Social | Argento |
| PROMO ACTIVATION | C.2.1 Digital e Social Media | MANY MINI | Nuova MINI | MANY MINI | MINI | We Are Social | Bronzo |