ON THE MOVE 2014
Regolamento ottava edizione

IL CONTEST

Valorizzare del ruolo della donna per contribuire a una nuova cultura di genere: questo l'obiettivo del contest aperto a riflessioni sul ruolo della donna nelle istituzioni e nel mondo del lavoro, sulla conciliazione dei tempi e la suddivisione dei compiti in famiglia, sulla lotta a stereotipi di genere, abusi e violenza.

Le categorie

- video (individuale/gruppo)
- spot radiofonico
- annuncio stampa/poster (individuale/gruppo)
- sceneggiatura (individuale)
- ricerca sociale (individuale/gruppo)
- infografica (individuale/gruppo)
- unconventional (individuale/gruppo)
- social media (individuale/gruppo)
- racconto (individuale)

Video. Realizzazione di un video di sensibilizzazione del pubblico su uno degli aspetti relativi al tema della diversità di genere. Possono essere realizzati prodotti video di tipo diverso: spot, cortometraggi, video reportage. La partecipazione può essere individuale o di gruppo (max 5 persone).

Spot radiofonico. Realizzazione di uno spot radiofonico con l'obiettivo di sensibilizzare il pubblico su uno degli aspetti relativi al tema della diversità di genere. La partecipazione può essere individuale o di gruppo (max 5 persone).

Annuncio stampa/poster. Realizzazione di un annuncio stampa/poster con l'obiettivo di sensibilizzare il pubblico su uno degli aspetti relativi al tema della diversità di genere. La partecipazione può essere individuale o di gruppo (max 5 persone).

Sceneggiatura. Stesura della sceneggiatura di uno spot o di un cortometraggio sul ruolo della donna nella società. La partecipazione può essere solo individuale.

Ricerca sociale. Realizzazione di una ricerca qualitativa o quantitativa su uno degli aspetti relativi al tema della diversità di genere. Il report di ricerca può essere in forma di documento (word) o presentazione (ppt). La partecipazione può essere individuale o di gruppo (max 5 persone).

Infografica. Realizzazione di una ricerca qualitativa o quantitativa su uno degli aspetti proposti dal contest e presentazione dei dati in forma di infografica. La partecipazione può essere individuale o di gruppo (max 5 persone).

Unconventional. Progettazione e realizzazione di un'iniziativa unconventional (flash mob, guerrilla, ambient marketing etc.) sul tema della diversità di genere. L'iniziativa dovrà essere filmata e il video realizzato dovrà essere accompagnato da un documento che illustri la strategia di comunicazione. La partecipazione può essere individuale o di gruppo (max 5 persone).

Social media. Progettazione di un'attività di sensibilizzazione su uno degli aspetti relativi al tema della diversità di genere sui social media. La presentazione della strategia può essere in forma di relazione o presentazione. La partecipazione può essere individuale o di gruppo (max 5 persone).

Racconto. Stesura di un racconto (max 4000 battute) su uno degli aspetti relativi al tema della diversità di genere. La partecipazione può essere solo individuale.

A CHI SI RIVOLGE

Il contest si rivolge a studenti universitari tra i 18 e i 30 anni: possono partecipare giovani che frequentano università, accademie, scuole di specializzazione, master e laureati da non più di un anno.
È prevista una sezione speciale *under20* dedicata agli studenti degli ultimi anni delle scuole superiori.

CARATTERISTICHE TECNICHE DEGLI ELABORATI

I **video** dovranno avere le seguenti caratteristiche:
- durata max 30" (spot), 5' (cortometraggio, video reportage)
- risoluzione massima 720p (1280x720)
- formato: mov, mp4, m4v.

Gli annunci **stampa/poster** dovranno avere le seguenti caratteristiche:
- dimensione: 210x297 (verticale o orizzontale)
- risoluzione: minimo 200dpi
- formato: jpg/pdf

La **sceneggiatura** dovrà avere le seguenti caratteristiche:
- formato doc, open office
- max 10.000 battute spazi inclusi

Gli **spot radiofonici** dovranno avere le seguenti caratteristiche
- durata massima: 45 secondi
- formato: mp3

Il report di **ricerca** dovrà avere le seguenti caratteristiche:
- formato doc, ppt
- lunghezza max formato doc: 10.000 battute (spazi inclusi)
- numero max slide formato ppt: 20

L'**infografica** dovrà avere le seguenti caratteristiche:
- risoluzione: 1536x2048 (verticale o orizzontale)
- formato: jpg/pdf

I **video** per la categoria *Unconventional* dovranno avere le seguenti caratteristiche:
- durata massima 5'
- risoluzione massima 720p (1280x720)
- formato: mov, mp4, m4v.

Gli elaborati per la categoria **Social media** dovranno avere le seguenti caratteristiche:

- formato: doc, open office
- lunghezza max formato doc: 10.000 battute spazi inclusi
- numero max slide formato ppt: 20

I **racconti** dovranno avere le seguenti caratteristiche:

- formato: doc, open office
- lunghezza max: 4 cartelle (1 cartella=1800 battute spazi inclusi, Times New Roman 12)
- lunghezza max titolo: 100 battute spazi inclusi.

CONSEGNA DELL'ELABORATO

L'elaborato dovrà pervenire alla segreteria organizzativa entro il **30 giugno 2014**, accompagnato dalla scheda di presentazione (scaricabile dal sito www.pubblicitaprogresso.org).
Gli elaborati dovranno essere inviati via mail/wetransfer.com a info@koinetica.net. La consegna potrà considerarsi effettiva solamente dopo la ricezione di una mail di conferma da parte della segreteria organizzativa.

CRITERI DI VALUTAZIONE E GIURIA

Gli elaborati saranno esaminati in base a coerenza tra lavoro realizzato e regolamento, originalità e creatività.
La giuria - presieduta da Alberto Contri, Presidente della Fondazione Pubblicità Progresso - sarà composta da esperti del mondo della formazione e della comunicazione.

PREMI

Per gli studenti universitari:

- invito alla Conferenza Internazionale della Comunicazione Sociale con soggiorno a Milano
- 20 ebook reader

Per la sezione *under20*:

- invito alla Conferenza Internazionale della Comunicazione Sociale
- 20 copie del volume *Pubblicità Progresso, la comunicazione sociale in Italia.*

CONTATTI

Per informazioni: Graziana Saponari - Tel. 02 6691621 - g.saponari@koinetica.net

NOTE - *1) Il presente regolamento è pubblicato sul sito web www.pubblicitaprogresso.org; 2) Ai concorrenti non spetta alcun compenso per qualsiasi spesa e/o onere sostenuti per la partecipazione al concorso, qualunque sia l'ammontare; 3) Il presente regolamento non costituisce bando di concorso, né offerta al pubblico né promessa al pubblico, poiché la decisione circa l'ammissione dei partecipanti alla manifestazione è rimessa all'insindacabile giudizio della commissione giudicatrice; 5) Ai sensi del D.P.R. 430 del 26.10.2001 art 6, il presente concorso non è da considerarsi concorso o operazione a premio: conseguentemente il presente non necessita di autorizzazione ministeriale; 6) Il presente bando potrà essere modificato o revocato, senza che gli interessati possano vantare diritti o pretese di sorta; 7) Per eventuali informazioni o precisazioni sul concorso: g.saponari@koinetica.net – www.pubblicitaprogresso.org; 8) La partecipazione al concorso comporta automaticamente: l'accettazione integrale del regolamento; il consenso ad ogni riproduzione delle opere inviate per qualsiasi tipo di pubblicazione, fermo il diritto dell'autore ad essere menzionato; il consenso all'utilizzo dei dati personali inviati per ogni finalità connessa al concorso (invio di materiale informativo, commerciale e di sensibilizzazione). I dati personali verranno trattati in conformità alle previsioni di cui al D.Lgs. 196/03. Titolare del trattamento dei dati è Koinètica con delega alla Fondazione Pubblicità Progresso.*