



CONCORSO SOCIALLY CORRECT 2017

“0-3 UN FUTURO DA PROTEGGERE” BRIEF per le Scuole di Comunicazione

Campagna di comunicazione contro la violenza sui bambini per Save the Children

BACKGROUND

Save the Children è la più importante organizzazione internazionale indipendente, dedita dal 1919 a salvare i bambini in pericolo e a promuovere i loro diritti - subito e ovunque - attraverso efficaci programmi di eccellenza, innovativi e sostenibili.

Lavora con coraggio, passione e competenza coinvolgendo attivamente i bambini stessi, le loro famiglie, le comunità locali, i sostenitori e i partner. Save the Children sviluppa progetti di educazione, salute, risposta alle emergenze e lotta allo sfruttamento e abuso in Italia e nel mondo. Presente in Italia dal 1998, si è accreditata come organizzazione professionale e autorevole nell'ambito dell'infanzia.

BRAND PERSONALITY SAVE THE CHILDREN

Appassionata, empatica, coraggiosa, pionieristica, schietta, trasparente.

OBIETTIVO DEL BRIEF

- Realizzare una campagna innovativa di **sensibilizzazione** sulla tematica violenza, nello specifico sul maltrattamento fisico ed emotivo che comporti un danno immediato e potenziale alla salute, alla possibilità di sviluppo e alla dignità del bambino, con l'obiettivo di colpire l'attenzione dello spettatore provocando una qualche reazione e facendo sì che il ricordo della campagna resti vivo.
- **Focus: bambini 0-3 anni**
- **Posizionare** STC come un'organizzazione attenta alla tematica violenza nella prospettiva più totale della protezione di tutti i minori.

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

Emozionare e coinvolgere attraverso uno storytelling incisivo e fuori dal comune, che sorprenda, con delicatezza, e che faccia pensare. In questo modo Save the Children attraverso la campagna si fa portavoce di un messaggio e di alcuni valori



CRITICITÀ

Lanciare una campagna su un tema del genere è una sfida importante, che presenta molteplici criticità, ad esempio:

- Superare la reazione di distacco e diffidenza delle persone rispetto a temi dolorosi o scomodi
- Realizzare una campagna distintiva che possa sfruttare la peculiarità del mezzo*

INSIGHT

Consapevoli dell'importanza del fenomeno e della sua diffusione approcciamo il tema in modo delicato, non retorico ma neanche eccessivamente fastidioso, con l'autorevolezza di chi ha a cuore il bene dei bambini e lotta ogni giorno per proteggerli e salvarli da contesti critici.

TARGET

Adulti 20-60, ma per empatia chiunque abbia in famiglia bambini si sentirà più vicino a Save the Children e alla sua mission. Ci rivolgiamo poi in generale a persone sensibili che, sensibilizzate, una volta entrate a contatto con situazioni di questo tipo possano agire prontamente.

tone of voice

Emotivo, coinvolgente, inspiring.

PIANIFICAZIONE

Sulla base dell'idea creativa si potrà prevedere una declinazione su più mezzi, orientativamente stampa/affissione; tv; web.

OI

I bambini da 0-3 anni possono essere esposti a maltrattamenti fisici o psicologici che producono danni nel loro sviluppo fisico e psichico. La violenza sui minori esiste, combattiamola ogni giorno.

ISPIRAZIONE - REFERENCE

Per trasmettervi il mood che vorremmo creare vi segnaliamo una campagna internazionale realizzata da Grey per ANAR, una fondazione spagnola che si occupa di assistere bambini e adolescenti a rischio, che ha utilizzato il mezzo* (in questo caso la fotografia lenticolare) come strumento creativo per veicolare il messaggio.

<https://www.greenbiz.it/green-management/marketing-e-comunicazione/pubblicita/7082-pubblicita-violenza-minori>

APPROFONDIMENTO TEMA

Complessivamente viene stimato che ogni anno, nel mondo, i bambini sottoposti a una qualche forma di violenza siano fra 500 milioni e 1,5 miliardi¹. Se si considera che i bambini e gli adolescenti nel mondo ammontano a circa 2 miliardi e 200 milioni², si può capire l'enormità di questa cifra.

Ogni 5 minuti, secondo altre stime, un bimbo muore a causa di un evento violento, 120 milioni di ragazze e 73 milioni di ragazzi sono vittime di violenza sessuale e circa 1 miliardo di bambini subisce con regolarità punizioni fisiche³.

Il maltrattamento infantile ha una complessità molto profonda in quanto è un problema che si articola su più livelli:

- sanitario, in quanto deve essere considerato una questione di salute pubblica in termini di informazione, prevenzione, formazione, protocolli e investimenti;
- sociale perché richiede un'azione di cura sociale rispetto al sostegno alla genitorialità;
- culturale perché è una questione di conoscenza e consapevolezza
- politico in quanto richiede un'attenzione ed una continuità nell'azione che non deve risentire del cambiamento dei governi o delle giunte.

Alcune possibili correlazioni:

Violenza in gravidanza → danni diretti alla salute di mamma e bambino/a

Violenza in gravidanza → maggiore possibilità di parto prematuro

Violenza in gravidanza → incidenza sullo sviluppo di forme depressive post-partum

Depressione post-partum → maggiore rischio di trascuratezza nei confronti del bambino/a

Trascuratezza nei confronti del bambino/a → rischio per la sicurezza e l'incolumità del bambino/a

Trascuratezza nei confronti del bambino/a → rischio di danni cerebrali, anche irreversibili

Depressione post-partum → rischio di attribuire al bambino la responsabilità del proprio malessere

Attribuire al bambino la responsabilità del proprio malessere → aumento del rischio di maltrattamento

Maltrattamento sul bambino/a sotto i 3 anni → rischio di danni permanenti allo sviluppo cerebrale

Maltrattamento sul bambino/a sotto i 3 anni → rischio di riproduzione da parte della vittima di comportamenti maltrattanti o di ulteriore vittimizzazione

¹ **Toward a world free from violence. Global survey on violence against children. Special Representative of the Secretary-General on Violence against Children, New York, 2013**

² **UNICEF, Ogni bambino conta, 2014**

³ <http://www.end-violence.org/>



CONCORSO SOCIALLY CORRECT 2017

“0-3 UN FUTURO DA PROTEGGERE”

*Campagna di comunicazione contro la violenza sui bambini
per Save the Children*

REGOLAMENTO

L'Associazione “Paolo Ettore – Socially Correct” (definita successivamente L'Associazione) – su invito e in stretta collaborazione con la Fondazione del Festival dei Due Mondi di Spoleto, pubblica un bando di gara relativo ad un concorso di comunicazione pubblicitaria su uno specifico tema di rilevanza sociale.

L'Associazione è nata per ricordare la figura di Paolo Ettore, che nella propria carriera si è sempre distinto per la sensibilità e per l'impegno nel sociale facendosi promotore di numerosissime campagne su tematiche di rilevanza per la società.

I concorrenti dovranno realizzare una campagna di comunicazione sul tema violenza sui bambini, avendo come riferimento il Brief Creativo allegato.

Ai vincitori del concorso sarà data la possibilità di effettuare uno stage curriculare di sei mesi presso il reparto creativo dell'agenzia Saatchi & Saatchi in una delle sue sedi a Milano o a Roma. Lo stage si terrà entro l'anno scolastico 2017/2018.

1. Chi può partecipare al concorso

Il concorso è rivolto agli studenti residenti in Italia, che frequentano università, scuole di specializzazione e corsi professionali post diploma e/o corsi di specializzazione post-universitaria, sia pubblici che privati, nel settore della comunicazione e, in particolare, nelle seguenti materie:

- scienze della comunicazione;
- comunicazione d'impresa/pubblica/sociale;
- comunicazione visiva;
- tecniche audiovisive e multimediali;
- tecnica e grafica pubblicitaria;
- graphic design e/o industrial design;
- marketing;
- web design/internet.

I concorrenti dovranno necessariamente presentarsi in una coppia creativa, composta da un *Art Director* e un *Copywriter*.

Non sono ammessi al concorso i concorrenti che, alla data di partecipazione allo stesso si trovino in rapporto di lavoro dipendente o comunque in rapporto di *stage* o di collaborazione con altre agenzie di comunicazione.



**SOCIALLY
CORRECT**

Si evidenzia che, in ottemperanza alla normativa vigente, **non potranno essere assegnatari del premio i concorrenti vincitori che, alla data di inizio dello stage, abbiano perduto i necessari requisiti soggettivi** per aver terminato e/o interrotto il corso di studi e/o avere in corso uno stage presso altre agenzie di comunicazione e/o aver avviato un'attività lavorativa sia in propria sia dipendente.

Si consiglia, pertanto, di verificare con la scuola di appartenenza le condizioni per accedere agli stage curriculari prima di partecipare al concorso al fine di valutare se, in caso di vittoria, si abbia l'effettiva possibilità di usufruire del premio offerto nel periodo scolastico 2017/2018.

2. I materiali richiesti

I concorrenti dovranno elaborare un progetto che prevede lo sviluppo della creatività (ancora in maniera di proposta su layout o script senza prevedere la produzione definitiva che sarà a cura dell'Associazione) per una campagna multi-soggetto da diffondere sui seguenti mezzi:

- spot televisivo della durata di 30";
- annuncio stampa
- campagna digital (display advertising, social)

I materiali creativi potranno essere presentati nei seguenti modi:

Televisione: lo spot audiovisivo, della durata di circa 30" potrà essere presentato su storyboard o su dvd/cd (avi, mpeg);

Annuncio stampa/Internet: creatività statica su layout o in animazione in uno o più formati della pubblicità online, tra quelli standard riconosciuto da IAB (www.iab.it) in formato flash o gif.

N.B: Su tutti i materiali inviati (CD, bozzetti e altro) dovranno essere indicati cognome e nome dei concorrenti, il tipo di corso frequentato, il nome dell'università o della scuola di appartenenza. Per i bozzetti/layout, tali dati dovranno essere indicati obbligatoriamente sul retro del cartoncino su apposita etichetta adesiva.

3. Durata del Concorso

Il concorso ha durata dal 21 marzo, 2017 al 12 giugno, 2017.

La domanda dovrà essere anche inviata all'indirizzo info@sociallycorrect.it

Nella Domanda di Partecipazione che deve essere ricevuta entro il 30 aprile, 2017, ciascuna coppia creativa dovrà indicare:

- 1) nome e cognome, data di nascita di ciascun componente della coppia creativa, con l'indicazione delle rispettive qualifiche (*Art Director* o *Copywriter*);
- 2) indirizzo e-mail cui inviare le comunicazioni relative al Concorso;
- 3) nome dell'istituto di provenienza, indirizzo completo, telefono, fax, e-mail del docente che effettuerà il coordinamento e la supervisione del progetto (di seguito il "Coordinatore").



**SOCIALLY
CORRECT**

4. Presentazione dei progetti

Entro il 12 giugno, 2017 le coppie creative ammesse a presentare il progetto devono far pervenire, a mezzo posta o con consegna a mano, alla sede dell'associazione, i propri progetti, elaborati in conformità con quanto previsto nel precedente paragrafo 2, e corredati dalla seguente documentazione:

- 1) Dichiarazione del Coordinatore che attesta che il lavoro è stato realizzato dai due componenti della coppia creativa con il suo coordinamento e la sua supervisione;
- 2) Dichiarazione del Funzionario Ufficio Stage dell'Istituto di provenienza, che si impegna a sottoscrivere, in caso di vittoria della coppia creativa, la convenzione per l'attivazione dello stage oggetto della borsa di studio;
- 3) Autorizzazione Utilizzo Dati Personali, fornita ai sensi dell'art. 13, D.Lsg.196/2003 - Codice Privacy, compilata e sottoscritta da ciascun componente della coppia creativa.
- 4) Cessione Diritti d'Utilizzo, resa da entrambi i componenti della coppia creativa e controfirmata per presa visione dal Coordinatore, con cui si cedono all'Associazione diritti di utilizzo e di diffusione della campagna pubblicitaria proposta, con qualsiasi mezzo, anche tramite terzi, senza limitazioni di territorio e di tempo.

L'ammissione alla presentazione dei progetti sarà comunicata a ciascuna coppia creativa all'indirizzo e-mail indicato nella domanda di partecipazione. I concorrenti ammessi che intendono rinunciare alla partecipazione al Concorso sono pregati di darne tempestiva all'indirizzo e-mail: info@sociallycorrect.it. Sul sito internet www.sociallycorrect.it sono disponibili i modelli delle dichiarazioni richieste.

5. Criteri di valutazione dei progetti

I progetti saranno valutati da una commissione giudicatrice i cui componenti saranno nominati tra i membri dell'associazione "Paolo Ettore – Socially Correct", tra professionisti ed esperti di comunicazione. Le valutazioni della commissione giudicatrice sono inappellabili e insindacabili.

La commissione giudicatrice valuterà i lavori creativi con i seguenti criteri:

- Rispondenza agli obiettivi di briefing.
- Scelta del linguaggio / tono di comunicazione in considerazione del target di riferimento.
- Creatività, originalità e innovazione del messaggio.

6. Il premio

A ciascun componente della coppia creativa che risulterà vincitrice del concorso sarà riconosciuta la possibilità di fare uno stage curriculare non retribuito, rispettivamente nel ruolo di *Art Director* e *Copywriter*, presso il reparto creativo dell'Agenzia Saatchi & Saatchi.

L'effettiva partecipazione allo stage è soggetta alla condizione che alla data della relativa attivazione – che sarà pianificata sulla base delle disponibilità dell'Agenzia Saatchi & Saatchi nell'anno scolastico 2017/2018 in una delle sedi di Roma o Milano – i concorrenti vincitori abbiano mantenuto i requisiti soggettivi previsti dalla normativa vigente e dei regolamenti della scuola di appartenenza per l'effettuazione degli stage curricolari.

Lo stage curriculare avrà la durata di sei (6) mesi. I costi di eventuale trasferimento e soggiorno non sono inclusi.

Il progetto elaborato dalla coppia creativa vincitrice potrà essere programmato nel periodo 2017/2018 sui diversi mezzi di comunicazione, secondo le disponibilità.



**SOCIALLY
CORRECT**

7. Comunicazioni di vincita

La comunicazione del nominativo dei vincitori verrà data direttamente via fax e/o e-mail ai vincitori e sarà pubblicata sul sito: www.sociallycorrect.it il 19 giugno, 2017.

8. Tutela della privacy

I dati personali identificativi dei concorrenti saranno trattati dall'Associazione "Paolo Ettore – Socially Correct" nel pieno rispetto del D.Lgs. 196/2003, ai soli fini della gestione del concorso e applicando tutte le misure di sicurezza idonee per evitare o comunque ridurre al minimo accessi non autorizzati nella relativa banca dati, furti o perdita dei dati stessi.

I concorrenti potranno esercitare i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs. 196/2003, in particolare per quanto riguarda la richiesta di accesso ai propri dati personali, di cancellazione o di aggiornamento degli stessi, rivolgendosi direttamente all'Associazione "Paolo Ettore – Socially Correct", Via Dei Fienaroli 8 – 00153 Roma.

9. Informazioni

Per ogni informazione di carattere tecnico sulla procedura di gara è possibile rivolgersi a: "Associazione Paolo Ettore -Socially Correct" Via dei Fienaroli, 8 – Roma – 00153 per email a info@sociallycorrect.it, oppure per telefono al 335.305231.

Roma, 21 marzo, 2017

Annette S. Ettore
Presidente