

PROT. n. 32504 del 5/05/2010

AVVISO PUBBLICO:

CONCORSO DI IDEE PER LA PROGETTAZIONE DI UN ADVERTISING ALL'INTERNO DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE SOCIALE INTEGRATA IN MATERIA DI PROMOZIONE DELLA SICUREZZA STRADALE E DELLA CULTURA DELLA LEGALITÀ TRA I GIOVANI

Premessa

Nell'ambito del progetto "Giovani Valori" promosso dall'Unione delle Province Italiane e finanziato dal Ministero della Gioventù, la Provincia di Vicenza, in qualità di Ente Capofila del progetto e in collaborazione con la Provincia di Verona e il Comune di Vicenza, bandisce un concorso di idee per la **progettazione di un advertising** inserito in un più ampio **piano di comunicazione sociale integrata, rivolto ai giovani sui temi della sicurezza stradale, della cultura della legalità e degli stili di vita positivi.**

Il progetto "Giovani Valori" intende avviare un percorso stabile di cooperazione tra Provincia di Vicenza, Provincia di Verona e Comune di Vicenza, anche grazie alla partecipazione degli stakeholders del territorio, con i seguenti obiettivi generali:

- sensibilizzare giovani, stakeholders e comunità locale sui temi della sicurezza e della promozione dell'agio, al fine di un miglioramento della condizione giovanile dell'intero territorio;
- incrementare la conoscenza del mondo giovanile vicentino e veronese;
- migliorare l'efficacia delle azioni pubbliche locali sul target giovanile;
- avviare una comunicazione sociale partecipata;
- sostenere e promuovere la creatività giovanile.

L'obiettivo finale è quello di **valorizzare le esperienze positive** esistenti, condividerle e metterle a sistema in un'ottica di maggiore organicità ed efficacia complessive.

A monte del presente concorso di idee, il progetto ha consentito la realizzazione di un'indagine conoscitiva sulla condizione giovanile del territorio e di un apposito portale web 2.0 (<http://www.provinciagiovane.net>), moderna concezione di portale "partecipato", in cui i giovani possono interagire, intervenire, dibattere.

Per un'efficace comunicazione dell'intero progetto, è prevista l'attuazione di un piano di comunicazione sociale integrata al cui interno convergono tutte le informazioni in maniera funzionale ai vari canali di trasmissione, per poi giungere efficacemente al target giovanile previsto.

1. OBIETTIVI DEL CONCORSO

Il progetto "Giovani Valori" intende aiutare i giovani a divenire protagonisti responsabili del proprio futuro, coinvolgendoli in un processo di compartecipazione e di sostegno alla creatività giovanile: a tale scopo, è stato disposto il presente bando di concorso rivolto alle imprese giovani e, in generale, ai giovani creativi per la progettazione di un advertising all'interno di un piano di comunicazione sociale integrata.

Obiettivo specifico del bando di concorso è favorire la creatività e l'imprenditorialità giovanile applicata alle necessità di promozione del servizio pubblico attraverso una comunicazione efficace.

L'advertising e il piano di comunicazione sociale integrata dovranno essere rivolti principalmente ai giovani di età compresa tra i 15 e i 30 anni, con l'obiettivo di comunicare ai giovani nel modo in cui essi stessi chiedono di comunicare loro.

I contenuti specifici, che la progettazione in oggetto dovrà tenere in considerazione, sono emersi dai risultati dell'indagine condotta, nell'ambito del progetto "Giovani Valori", da Provincia di Vicenza in collaborazione con Provincia di Verona e Comune di Vicenza sul rapporto dei giovani vicentini e veronesi con le tecnologie, con i media e con la pubblica amministrazione: **sicurezza stradale, promozione di una cultura della legalità e di stili di vita positivi** in contrasto alle dipendenze da alcool e droghe sono le tematiche che i giovani intervistati hanno indicato come significative per le nuove generazioni e meritevoli di specifiche attività di informazione e comunicazione.

L'attuazione da parte delle Amministrazioni proponenti del piano di comunicazione sociale integrata, e dell'advertising in esso contenuto, terrà conto dei temi dibattuti sul portale <http://www.provinciagiovane.net> e dei risultati dell'indagine sopra menzionata pubblicati nel portale di cui sopra, sfruttando le collaborazioni e i partenariati già attivi sul territorio (con gli stakeholders, con il comparto produttivo, ecc.) e avviandone di nuovi.

2. OGGETTO DEL CONCORSO

L'oggetto del presente concorso di idee riguarda:

a) la **progettazione di un advertising** composto da:

1. immagine (Visual) con risoluzione in alta qualità (vedi dettagli all'Art. 10);
2. Headline.

b) la **progettazione di un piano di comunicazione sociale integrata** all'interno del quale venga declinato l'advertising secondo supporti e canali ritenuti più efficaci alla luce di quanto specificato all'Art.7

Il progetto creativo dell'advertising e delle conseguenti declinazioni all'interno del piano di comunicazione sociale integrata deve essere corredato di una **relazione esplicativa** che consenta una chiara indicazione delle scelte effettuate (vedi Art. 10).

3. CHI PUÒ PARTECIPARE

I partecipanti devono essere giovani di età compresa **tra i 18 e i 35 anni compiuti** entro e non oltre la data di scadenza del presente bando, residenti nelle province di Verona o Vicenza.

La partecipazione al concorso è **gratuita** e riservata a:

- **singoli professionisti o creativi**, di età compresa tra i 18 e i 35 anni compiuti e residenti nelle province di Verona o Vicenza;
- **gruppo di professionisti o creativi**, purché sia designato un referente di progetto di età compresa tra i 18 e i 35 anni, residenti nelle province di Verona o Vicenza;
- **studi/impresе creative** che operino nel campo della promozione, comunicazione, grafica e design con sede nelle province di Verona o Vicenza, **purché il responsabile del progetto abbia età compresa tra i 18 e i 35 anni e sia residente nel territorio indicato**. Il responsabile del progetto dovrà partecipare alla premiazione finale.

Ciascun concorrente (singolo, oppure in gruppo o studio/impresa creativa) può partecipare **una sola volta** a titolo individuale, pena l'esclusione dal concorso. Ogni partecipante potrà presentare una sola proposta.

4. PREMIO

Al singolo, gruppo o studio/impresa creativa vincitore/vincitrice del concorso sarà corrisposto un premio in denaro pari a **10.000/00 euro lordi** tramite determinazione di liquidazione. Nessun riconoscimento economico spetta agli altri partecipanti.

5. DURATA E SCADENZA DEL CONCORSO

Il termine ultimo per la consegna delle proposte di progetto è il 31 maggio 2010, entro e non oltre le ore 12:30.

6. MODALITÀ DI SPEDIZIONE

I progetti creativi, spediti in plico come descritto nell'Art. 11, possono essere consegnati a mano oppure spediti attraverso:

- Servizio tradizionale di posta con raccomandata;

- Corriere espresso.

In ogni caso, farà fede la data di consegna del plico e non quella del timbro postale.

Tutte le ricevute di consegna e il materiale inviato saranno conservati dalla Segreteria Organizzativa del progetto "Giovani Valori" in apposito archivio anche dopo la nomina del vincitore.

7. CARATTERISTICHE DELLE QUALI TENER CONTO PER LA PROGETTAZIONE

L'advertising dovrà essere declinato in funzione del piano di comunicazione sociale integrata, da progettare entrambi in considerazione:

- dei concetti chiave riportati all'Art. 9 del presente bando di concorso;
- dei contenuti e delle discussioni in corso nel **portale** <http://www.provinciagiovane.net>;
- dei **supporti** e dei **canali**, selezionati sulla base dei risultati emersi dall'indagine sopra menzionata nell'ambito del progetto "Giovani Valori", che potranno essere a titolo esemplificativo **web**, **stampa** (volantini, brochure, riviste, quotidiani, ecc.), **pubblica affissione** (poster, cartellonistica con dimensione massima di 6x3 metri), proiezioni e ogni altro utilizzo pubblicitario per il quale si avrà la necessità di declinare l'advertising.

I risultati dell'indagine sopra menzionata nell'ambito del progetto "Giovani Valori" saranno disponibili sul portale <http://www.provinciagiovane.net>, nell'apposita sezione dedicata al progetto.

Si precisa inoltre che:

- sarà attribuito maggiore valore all'utilizzo di **immagini inedite** per la realizzazione dell'advertising;
- l'advertising deve risultare originale, chiaro, distintivo, adattabile, versatile, attrattivo, apartitico e innovativo;
- l'advertising dovrà ben interpretare e rappresentare i **temi del progetto** e le caratteristiche della sua funzione istituzionale di informazione e partecipazione, dal punto di vista di colori, caratteri tipografici e stile di presentazione grafica;
- l'advertising dovrà essere facilmente riconoscibile e consentire un **facile e immediato recepimento**, dovrà adattarsi a **qualsiasi contesto** (istituzionale o meno) e su **qualsiasi supporto** scelto nel piano di comunicazione sociale integrata progettato.

E' richiesto inoltre che il materiale inviato sia conforme ai seguenti requisiti:

- sia di titolarità esclusiva dei partecipanti al concorso;

- i contenuti, anche ove ritraenti soggetti minori di età, siano nella disponibilità del soggetto partecipante e non violano leggi e regolamenti vigenti o diritti di terzi in particolare in materia di diritto di autore e di diritto all'immagine;
- non risulti essere costituito da immagini e/o testi a contenuto diffamatorio.

8. TARGET DI RIFERIMENTO

L'advertising e il piano di comunicazione sociale integrata dovranno indirizzarsi a **giovani di età compresa tra i 15 e i 30 anni**, residenti nelle province di Vicenza e di Verona. La progettazione si rivolgerà quindi principalmente ai giovani, con l'idea di raggiungere comunque la comunità tutta.

9. CONCETTI CHIAVE

L'advertising e le conseguenti declinazioni per il piano di comunicazione sociale integrata dovranno essere progettati in relazione ai seguenti temi, emersi come particolarmente significativi per i giovani dall'indagine sopra menzionata nell'ambito del progetto "Giovani Valori":

- **sicurezza stradale**;
- **promozione di stili di vita positivi** in contrasto alle dipendenze da alcool e droga;
- **cultura della legalità**.

10. CARATTERISTICHE TECNICHE

L'advertising e le conseguenti declinazioni per il piano di comunicazione sociale integrata dovranno essere **stampate a colori su carta** (grammatura compresa tra i 150 e i 200 grammi) in formato A4 e presentate inoltre **in formato digitale** (pdf) su CD Rom, completo di:

1. Versione finale dell'advertising comprensiva di immagine (Visual) in dimensione A4 a 300 DPI e Headline;
2. proposte di layout grafico in grado di illustrare le declinazioni dell'advertising su diversi canali e supporti previsti nel piano di comunicazione sociale integrata.

Nell'advertising e nelle sue declinazioni devono inoltre essere inseriti, nell'ordine:

- logo "Provincia Giovane" (Allegato n. 3);
- logo "Ministero della Gioventù" (Allegato n. 4);
- logo "UPI" (Allegato n. 5);
- logo "Azione Province Giovani" (Allegato n. 6);
- dicitura "Progetto finanziato nel quadro di Azione ProvincEgiovani, iniziativa promossa dall'UPI e finanziata dal Ministero della Gioventù".

L'advertising e le conseguenti declinazioni, come sopra presentate, dovranno essere accompagnate da una **relazione esplicativa** (vedi Art. 2 e 11), presentata **in formato cartaceo e digitale su CD Rom** (vedi Art. 11), che dovrà articolarsi nei seguenti punti:

1. Descrizione del **concept** scelto per l'advertising;
2. Presentazione e descrizione dell'**headline**;
3. Descrizione e **anteprima** dell'immagine (Visual) scelta per l'advertising;
4. Presentazione e motivazione del piano di comunicazione sociale integrata, con descrizione delle declinazioni progettate.

11. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE

Ciascun progetto, completo dei dati anagrafici e curriculum professionale del partecipante, del referente di gruppo o del responsabile dello studio/impresa creativa, dovrà essere inserito, pena l'esclusione, in un plico che dovrà pervenire, entro i termini stabiliti nell'Art.5, all'indirizzo:

Provincia di Vicenza
Ufficio Archivio e Protocollo
Contrà Gazzolle 1
36100 Vicenza

Il plico dovrà riportare sulla parte esterna la denominazione del mittente con indirizzo completo dello stesso e il seguente oggetto:

CONCORSO DI IDEE PER LA PROGETTAZIONE DI UN ADVERTISING ALL'INTERNO DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE SOCIALE INTEGRATA IN MATERIA DI PROMOZIONE DELLA SICUREZZA STRADALE E DELLA CULTURA DELLA LEGALITÀ TRA I GIOVANI

All'interno del plico dovranno essere contenute **n. 2 buste chiuse**, senza che sia apposta indicazione del partecipante o dello studio impresa creativa o altro elemento identificativo, ad esclusione delle sole diciture "BUSTA A – PROGETTO" e "BUSTA B – ANAGRAFICA", che conterranno gli elementi sotto descritti.

BUSTA A - PROGETTO

All'interno di tale busta deve essere inserito:

- 1) **CD Rom**, senza alcun segno d'identificazione sulle proprietà del file in modo da mantenere l'anonimato in sede di valutazione delle proposte, contenente (come da Art. 10):

- la **relazione esplicativa** in formato pdf o doc, predisposta secondo le modalità di cui agli articoli 2 e 10, che non dovrà andare contro i caratteri dell'anonimato attraverso l'apposizione di simboli, segni o altri elementi identificativi;
- versione finale dell'**advertising in pdf**;
- proposte di **layout grafico in grado di illustrare le declinazioni dell'advertising** su diversi canali e supporti previsti nel piano di comunicazione sociale integrata, **in pdf**.

2) Stampa:

- la **relazione esplicativa** presentata anche su supporto cartaceo che non dovrà andare contro i caratteri dell'anonimato attraverso l'apposizione di simboli, segni o altri elementi identificativi;
- la **versione finale dell'advertising** stampata a colori su carta (grammatura compresa tra i 150 e i 200 grammi) in formato A4;
- le proposte di **layout grafico in grado di illustrare le declinazioni dell'advertising** su diversi canali e supporti previsti nel piano di comunicazione sociale integrata, stampate a colori su carta (grammatura compresa tra i 150 e i 200 grammi) in formato A4.

BUSTA B - ANAGRAFICA:

Tale busta dovrà contenere:

Per il singolo partecipante

1. La domanda di partecipazione (allegato n. 1) compilata e firmata;
2. Curriculum professionale del singolo;
3. Informativa sulla privacy e consenso firmata (allegato n. 2);
4. Fotocopia di un documento d'identità del partecipante.

Per gruppo di creativi

1. La domanda di partecipazione (allegato n. 1) compilata e firmata dal referente del gruppo e da tutti i componenti del gruppo;
2. Curriculum professionale del referente del gruppo;
3. Informativa sulla privacy e consenso firmata dal referente del gruppo (allegato n. 2);
4. Fotocopia di un documento d'identità del referente del gruppo.

Per lo studio/l'impresa creativa

1. La domanda di partecipazione (allegato n. 1) compilata e firmata dal responsabile del progetto per conto di uno studio/impresa creativa;
2. Curriculum professionale del responsabile del progetto per conto di uno studio/impresa creativa;

3. Informativa sulla privacy e consenso firmata dal responsabile del progetto per conto di uno studio/impresa creativa (allegato n. 2);
4. Fotocopia di un documento d'identità del responsabile del progetto per conto di uno studio/impresa creativa.

12. TERMINI DI ESCLUSIONE

Il verificarsi di una o più delle circostanze sotto citate determina l'insindacabile esclusione dal presente concorso:

- la domanda non è redatta su apposito modulo (domanda di partecipazione: allegato n. 1)
- gli elaborati richiesti dal bando di concorso sono presentati successivamente alla scadenza del concorso (Art. 5);
- le condizioni e i requisiti di cui agli Artt. 3, 10 e 11 non vengono rispettate;
- il concorrente rende pubblico il progetto o parte dello stesso prima che la commissione abbia espresso e formalizzato ufficialmente il proprio giudizio.

13. VALUTAZIONE DEI PROGETTI

La valutazione dei progetti compete ad un'apposita **commissione tecnica**, composta da un numero dispari di persone, che si riunirà entro 15 giorni lavorativi dalla data di scadenza del presente bando e il cui giudizio sarà insindacabile. La commissione sarà composta da professionisti del settore grafico e della comunicazione supportati da referenti delle Amministrazioni partner per le specificità dei contenuti.

I progetti saranno preliminarmente esaminati senza aprire la busta contenente l'individuazione anagrafica del/dei partecipanti per garantire l'anonimato in fase di valutazione.

Saranno ammesse solo le proposte creative che siano in sintonia con le caratteristiche richieste dal bando di concorso, di cui agli Artt. 1, 7, 8, 9, 10 e 11.

La valutazione dei progetti verrà quindi effettuata secondo i seguenti criteri:

- a) **qualità e livello di creatività della proposta grafica** (60 punti della valutazione)
- b) **capacità comunicativa dei principi espressi dal progetto** come agli Artt. 1, 7, 8 e 9 (40 punti della valutazione)

La valutazione verrà espressa in unità numeriche, per un totale di 100 punti; per la qualità e il livello creativo della proposta grafica (a), sarà possibile utilizzare i valori che vanno dal 10 al 60; per la capacità comunicativa dei principi espressi dal progetto come agli Artt. 1, 7, 8 e 9 (b) sarà possibile utilizzare i valori che vanno dal 10 al 40.

La somma delle due valutazioni darà una graduatoria finale dei progetti, da un minimo di 20 punti ad un massimo di 100, della quale sarà reso noto solo il vincitore. Sarà premiato il progetto che avrà totalizzato il maggior punteggio totale (purché superiore a 60/100).

Una volta stabilita la graduatoria, la commissione procederà poi all'apertura delle buste anagrafiche.

Il concorso sarà valido anche in presenza di una sola proposta pervenuta. La commissione ha la facoltà di non procedere alla nomina del vincitore qualora i progetti presentati non rispondessero ai criteri di valutazione di cui sopra.

14. PROPRIETÀ DEGLI ELABORATI

Il progetto deve essere creato esclusivamente per questo concorso e quindi non potrà essere oggetto di altri utilizzi. I progetti non saranno restituiti.

La proprietà degli elaborati è della Provincia di Vicenza (Ente capofila di progetto), che ne acquisisce i diritti di distribuzione e riproduzione e renderà disponibili i materiali, su richiesta, al Comune di Vicenza e Provincia di Verona (Enti partner).

Provincia di Vicenza, Provincia di Verona e Comune di Vicenza, di comune accordo, si riservano il diritto, in sede di attuazione del progetto, di introdurre tutte le modifiche che a loro insindacabile giudizio consentano un'ottimizzazione delle caratteristiche di cui all'Art. 10. Analogamente si riservano di non utilizzare, in tutto o in parte, l'elaborato vincitore.

15. ACCETTAZIONE DEL REGOLAMENTO

La partecipazione al concorso implica la totale accettazione del regolamento. Per eventuali controversie è competente il Foro di Vicenza.

1. INFORMAZIONI

La Segreteria organizzativa del progetto "Giovani Valori" è a disposizione per ogni eventuale chiarimento e/ o informazione presso:

Provincia di Vicenza

Contrà Gazzolle 1 – 36100 Vicenza

Tel: 392 9305058

info@provinciagiovane.net

Tutta la documentazione relativa al bando di concorso è consultabile in versione integrale sui siti internet <http://www.provinciagiovane.net> e <http://www.provincia.vicenza.it>.

La data della riunione di valutazione dei progetti da parte della commissione giudicatrice sarà resa nota attraverso il sito web <http://www.provinciagiovane.net>, dove sarà pubblicato poi il nome del vincitore designato.