

dai 20ⁿⁱ IDEE avrai contest creativo

promosso da

Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste
Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" - Trieste
ADCI - Art Directors Club Italiano - Milano

5ª edizione a.a. 2011-2012

L'iniziativa DAI-AVRAI, concepita dall'unione di partner prestigiosi con l'obiettivo comune di promuovere la qualità nella comunicazione, nasce all'interno del Corso di Grafica della Facoltà di Scienze della Formazione avvalendosi della preziosa collaborazione di ADCI, Art Directors Club Italiano, l'associazione dei creativi italiani "interessata a promuovere e a migliorare gli standard della creatività nel campo della comunicazione e delle discipline ad essa collegate". Il *contest creativo* viene ideato nel 2007 per coinvolgere gli Studenti del Corso di Laurea Magistrale in Scienze della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità dell'Università di Trieste, nell'affrontare le problematiche di una campagna pubblicitaria in ambito sociale, rivolta quindi al *Terzo settore*. Il *contest*, inteso come studio di creatività applicata, è orientato a promuovere iniziative di sensibilizzazione su tematiche sociali rivolte ai cittadini, con obiettivi legati all'identità di ciascuno dei tre soggetti promotori:

Facoltà di Scienze della Formazione - Integrare il percorso teorico di formazione degli Studenti con attività pratiche direttamente collegate al mondo sociale e a diverse realtà lavorative.

Associazione onlus "Goffredo de Banfield" - Mettere a disposizione le proprie competenze nel settore *non profit* per sviluppare un processo di conoscenza e di sensibilizzazione verso le diverse attività svolte per la ricerca di fondi (*fund raising*) e volontari.

Art Directors Club Italiano - Portare sul territorio e presso gli Studenti le conoscenze professionali di base e illustrare gli strumenti e i modi per progettare la comunicazione pubblicitaria, con particolare riferimento all'ambito Sociale.

Edizioni precedenti

"20 di idee" a. a. 2007/2008

La prima edizione del *contest*, denominata "**20 di idee**", ha come tema la celebrazione dei 20 anni di attività dell'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield", a sostegno della vecchiaia e della malattia di Alzheimer. Gli Studenti affrontano quindi per la prima volta un tema reale e complesso, incentrato su un soggetto dedicato a tematiche di assistenza, volontariato, ricerca fondi e donazione. I lavori finali vengono esposti al Teatro Miela, affiancando i materiali professionali pubblicati sull'Annual ADCI Awards nella mostra "*il buon lavoro premia (è la pubblicità, bellezza...)*" con il patrocinio dell'Assessorato alla Cultura del Comune di Trieste e, grazie all'Associazione "Goffredo de Banfield", con il contributo di Allianz Assicurazioni e di Banca Popolare di Vicenza. I lavori premiati vengono pubblicati su giornali e quotidiani locali e la stessa Associazione in collaborazione con Poste Italiane stampa per la campagna "5x1000" le cartoline multisoggetto di una delle proposte vincitrici.

"20 di idee - DAI-AVRAI" a. a. 2008/2009

Il *contest* si evolve con l'iniziativa "**DAI-AVRAI**", per sensibilizzare e dare forza al sostegno solidale in due sensi: a chi dona e a chi riceve, e la donazione ne è il tema. Le ipotesi di campagne di sensibilizzazione degli Studenti così coinvolgono, di progetto in progetto, un'Associazione di riferimento dedicata, rivolgendosi ad un target molto ampio. Alcune proposte sono adottate dalle stesse Associazioni, come nel caso della LILT - Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori - che per la campagna annuale di prevenzione ne promuove

la divulgazione in ambito locale, con due proposte, la prima in collaborazione con la Provincia di Trieste e Maremetraggio che proietta "Vivere ancora", film/documentario di Luisa Morandini, e la seconda con la stampa delle locandine della doppia campagna realizzata sull'argomento da un team di Studenti partecipanti al contest. La nuova mostra dei lavori viene allestita dalla Facoltà a "Camere Chiare", lo spazio espositivo della sede di Facoltà di via Montfort 3.

"DAI-AVRAI" a. a. 2009/2010

La terza edizione del *contest*, in collaborazione con l'Area Promozione e Protezione Sociale del Comune di Trieste in qualità di partner finale, elabora ancora la declinazione del concetto "DAI-AVRAI", chiedendo di creare proposte sul tema dell'integrazione. Una parola chiave intesa ad ampio spettro sociale. Proposte poi adottate dalle Associazioni citate nei lavori: CBM Italia Onlus di Milano, ASGI Associazione degli Studi Giuridici sull'Immigrazione di Torino, cooperativa Onlus "Radici nel Fiume" di Varese, Amnesty International, amplificano il raggio d'azione dei messaggi. Alla premiazione il percorso creativo prosegue, grazie all'Area Promozione e Protezione Sociale del Comune, che commissiona alle 3 coppie vincitrici un nuovo progetto sul quale lavorare assieme. E dopo l'elaborazione di due prime proposte, "Ocio alla Truffa (io non ci casco)" viene presentata in Comune il 9 novembre 2010, con la partecipazione del Questore di Trieste che ne condivide gli intenti per la finalizzazione e diffusione.

"DAI-AVRAI" a. a. 2010/2011

Il *contest creativo* "20 di idee DAI-AVRAI" alla sua quarta edizione individua nel volontariato l'obiettivo sul quale lavorare con gli Studenti. Alla premiazione, le occasioni di lavoro per i vincitori proseguono con due stage dedicati alla creatività ed offerti dai partner coinvolti: l'Associazione onlus "Goffredo de Banfield" a Trieste, che chiede idee d'impaginazione per eventi e attività da loro promozionate quest'anno; e CBM Italia Onlus di Milano, che chiede ai vincitori nuove proposte di merchandising. Il lavoro realizzato da quest'ultimo team è presentato a Milano e viene seguito in loco, da una delle studentesse che usufruisce dello stage dedicato. Entrambi gli stage offerti dalle associazioni sono attualmente in corso, per la fase realizzativa.

"DAI-AVRAI" contest creativo a. a. 2011/2012

L'iniziativa collegata quest'anno alle lezioni di *Art Direction* del Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità, vuol dare agli Studenti una prima opportunità di mettersi alla prova nel progettare una campagna di comunicazione in ambito sociale, per poter ampliare il curriculum con nuove esperienze. In quest'ottica l'iscrizione è aperta a tutti gli Studenti della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste.

Primo step - Il progetto viene introdotto durante le lezioni di *Art Direction* del Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità dell'a.a. 2011/2012 "DA COMMERCIALE A SOCIALE: TRA VISUAL E VISION", e propone che si lavori inizialmente a lezione, approfondendo i concetti base di progettazione creativa e di prima impaginazione.

Secondo step - Agli Studenti partecipanti al *contest* si richiede di lavorare divisi per attitudine creativa tra *art director* e *copywriter*, per sviluppare idee volte a sensibilizzare l'opinione pubblica e per realizzare elaborati atti ad illustrare le proposte creative sul tema da affrontare.

Partecipano, affiancando come partner la seconda fase di progetto:

Anlaid - Associazione Nazionale per la Lotta contro l'AIDS - sezione regionale FVG

Svolge campagne di prevenzione e di educazione alla salute, con la pubblicazione e la diffusione di materiale informativo e attraverso conferenze, dibattiti ed interventi mirati, sia nelle scuole che in luoghi di aggregazione giovanile (www.anlaid.org)

CBM Italia Onlus - Milano

E' un'Organizzazione Non Governativa (ONG), la cui finalità è sconfiggere le forme evitabili di cecità e di disabilità fisica e mentale nei Paesi più poveri del mondo, senza distinzione di razza, sesso e religione (www.cbmitalia.org).

Maremetraggio - Festival internazionale del Cortometraggio e delle opere prime - Trieste

E' un'associazione culturale che promuove festival di cortometraggi e di opere inedite (www.maremetraggio.com)

Obiettivi di Comunicazione

Premessa

L'attualità mostra un panorama di notizie ed allarmi sulla crisi globale, che rende tutti più vulnerabili, più fragili ma anche più attenti. L'informazione comunica per dovere di cronaca e crea nuove emergenze, ne risente di conseguenza la comunicazione pubblicitaria, che dovrebbe essere più libera da schemi e paure. Al contempo è sempre più presente la comunicazione sociale, per appellarsi alla qualità della vita e ai valori che possono essere un punto di forza per ridare equilibrio ad un momento storico così delicato. Molte sfide su più scenari chiedono di intervenire, restare insensibili è difficile. Ogni giornata è dedicata ad un tema con la richiesta di un gesto di condivisione. Una riflessione viene spontanea, la condivisione che si chiede deve rimanere un gesto libero, che parte dal coinvolgimento del singolo verso un nuovo rispetto di sé stesso, degli altri e del mondo. E il prossimo 2012, proclamato anche "*Anno Europeo dell'Invecchiamento Attivo e della Solidarietà tra le Generazioni*", ne è a suo modo la riprova. Il futuro può e deve avere una pulsione positiva, una *vision* che proietti nuove prospettive.

Con l'intento di promuovere la comunicazione pubblicitaria sociale e sensibilizzare, di volta in volta al tema prescelto, il *contest creativo* chiede quindi di progettare comunicazioni mirate al coinvolgimento, alla solidarietà tramite la donazione *fund raising*, il volontariato *people raising* o l'azione intesa come *call to action*.

Nello specifico, **DAI-AVRÀI 2012**, giunto alla quinta edizione, con il *claim* "**Idee per la prevenzione**" chiede ai partecipanti di elaborare proposte creative che sensibilizzino e promuovano l'atto della prevenzione intesa come attenzione alla qualità della vita.

DAI: attenzione al gesto

AVRAI: rispetto del futuro

Si chiede pertanto di :

- proporre l'atto della prevenzione intesa come attenzione alla qualità della vita, per invitare alla sensibilizzazione, alla possibilità di cambiamento in positivo, da qui il *claim* "**Idee per la prevenzione**".
- privilegiare notizie o informazioni utili a supportare la comunicazione mirata all'ambito prescelto, essendo un tema molto ampio e legato al comportamento. Cercando obiettivi di interesse per la comunità, per evitare comunicazioni generaliste e non finalizzate.
- dare valore al singolo gesto d'azione preventiva nei riguardi di se stessi, della società, dell'ambiente come energia positiva per affrontare sfide comuni. La comunicazione è finalizzata a spingere il target all'azione.

"La prevenzione è l'insieme di azioni finalizzate ad impedire o ridurre il rischio, ossia la probabilità che si verifichino eventi non desiderati... Le attività di prevenzione, essendo parte della più ampia attività di 'tutela della salute', sono parte delle competenze professionali tipiche delle professioni sanitarie, nei loro diversi ambiti applicativi (medico, infermieristico, ostetrico, psicologico...)" da fonte Wikipedia

Brief creativo

“DAI-AVRAI 2012” chiede di elaborare due proposte:

- **Dai-Avrai Idee per la prevenzione** (COMUNICAZIONE TRADIZIONALE)
- **Dai-Avrai Idee per Anlaids** (COMUNICAZIONE NON CONVENZIONALE)

Proposta 1. COMUNICAZIONE TRADIZIONALE: Dai-Avrai Idee per la prevenzione – nel quale veicolare il messaggio a scelta in ambito sociale oppure sanitario, dove:

- **creare** l'immagine DAI-AVRAI “Idee per la prevenzione” con **un logotipo abbinato al claim**, da impaginare nell'elaborato;
- **progettare una proposta di campagna di comunicazione, per sensibilizzare alla prevenzione a scelta nell'ambito sociale o sanitario**. E **realizzare** almeno **un elaborato** (impaginato in formato pagina A4 o doppia pagina A3) necessario a illustrare le idee e le modalità di diffusione della campagna stessa. Come nelle passate edizioni si può indirizzare il messaggio ad un'associazione dedicata al tema scelto per affinità elettive, soggettive, pratiche.

Gli elaborati vanno progettati scegliendo tra i due grandi temi segnalati:

Sociale, ad esempio: *campagna di prevenzione per l'invecchiamento attivo, per la sicurezza sul lavoro*

Salute, ad esempio: *campagna di prevenzione di prevenzione a diverse patologie come obesità, anoressia, ecc. o per diverse malattie.*

Ad esempio con ipotesi riferite a giornate con eventi, manifestazioni, mercatini solidali per sensibilizzare alla prevenzione.

Prevedere di riportare negli elaborati ipotizzati, la frase scritta in un corpo piccolo ma leggibile:

Campagna di sensibilizzazione promossa da Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste, Associazione Onlus “Goffredo de Banfield”, Art Directors Club Italiano.
www.dai-avrai.org

Target

I cittadini, gli operatori dell'informazione.

Benefit

Comunicare energia e positività a gesti, che possano limitare rischi o danni, significa dare rispetto al nostro futuro.

Reason Why

Proporre o suggerire la prevenzione, intesa come gesto responsabile, genera un nuovo rispetto nei riguardi di se stessi e degli altri, ed è un piccolo passo verso il cambiamento che la contingenza sembra imporre.

Supporting Evidence

Ogni gesto volontario, fatto con consapevolezza per prevenire rischi o danni è un segnale di energia, che assume più valore e forza nel momento in cui è consapevole e condiviso.

Tono della Comunicazione

Istituzionale di impatto emotivo, positivo e coinvolgente.

Mezzi

(N.B. scegliere un solo formato per presentare l'elaborato)

Pagina singola (A4 verticale) oppure Doppia pagina (A3 orizzontale)

Poster formato (formato 100 x 140 cm - ridotto in formato A3 verticale)

Storyboard di Spot Tv, max. 10 frame (in formato A3 orizzontale)

A discrezione Mixed Media (*Banner, Sticker, Ambient, ecc.*) da presentare in formato A4 o A3, su cui siano illustrati uno o eventuali altri materiali dello stesso progetto.

Proposta 2. COMUNICAZIONE NON CONVENZIONALE Dai-Avrai Idee per Anlaid

Sull'onda della polemica nata dopo il 1° dicembre, "Giornata mondiale dell'AIDS", per la proibizione in RAI di poter nominare in trasmissione la parola "preservativo", fatto poi ripreso ironicamente il 5 dicembre da Fiorello nella serata conclusiva del suo show "Il più grande spettacolo dopo il weekend" su Rai1:

- **progettare** una proposta tramite una **cartolina** (formato 10x15cm) o uno **sticker adesivo** o un **banner** con un *visual* (foto o illustrazione o solo testo) che ispiri o indichi nuove terminologie alla parola *preservativo*, oggetto simbolico della prevenzione di malattie sessualmente trasmissibili, come l'AIDS.

"Quanto è importante il preservativo? Quali sono le persone più esposte al rischio di contagio?

Le persone con comportamenti sessuali promiscui e che hanno rapporti sessuali senza profilattico o preservativo (eterosessuali e omosessuali); i tossicodipendenti che assumono droghe per via endovenosa scambiandosi la siringa; le persone che, a causa dell'alcool o di altre sostanze stupefacenti (cocaina, amfetamine, ecc.), non sono in grado di valutare lucidamente i propri rischi ed i comportamenti da adottare e hanno rapporti senza profilattico... Sono a rischio i bambini figli di madri portatrici del virus. Negli ultimi anni si è assistito ad un incremento di infezioni nel gruppo eterosessuale.

In Italia una percentuale elevata dei nuovi casi di AIDS segnalati sono registrati tra ragazze non tossicodipendenti che si sono infettate attraverso rapporti eterosessuali.

In quale misura il profilattico (preservativo) elimina il rischio di contagio?

Il profilattico (preservativo) è una barriera fisica che elimina quasi totalmente il rischio...La sua efficacia è legata all'appropriatezza dell'uso che se ne fa: si consiglia pertanto di usarlo costantemente e sin dall'inizio del rapporto." da www.anlaid.org

Target

Primario: ragazzi e ragazze di età compresa tra i 15 ed i 20 anni.

Secondario: giovani e adulti frequentatori di locali, bar, discoteche, feste, concerti.

Benefit

Promuovere la prevenzione all'AIDS, intesa come gesto responsabile e volontario. Creare complicità, rendere più amichevole con parole o immagini diverse il termine *preservativo*, dando valore al gesto dell'uso e tenere alta l'attenzione sull'argomento.

Reason Why

Il preservativo è una barriera fisica che elimina quasi totalmente il rischio di contagio.

Supporting Evidence

Parlare della prevenzione con diversi linguaggi può coinvolgere più fasce di target nei riguardi del contagio, tuttora ancora in aumento, è un problema di tutti.

Tono della Comunicazione

Divertente di impatto emotivo, positivo e coinvolgente.

REGOLAMENTO

Per partecipare sono richieste due elaborazioni progettate in coppia, da due Studenti:

1. proposta **Idee per la prevenzione** con 1 elaborato realizzato in f.to A4 e una piccola relazione di motivazione dell'ambito scelto
2. proposta **Idee per Anlaids** - con 1 elaborato realizzato (in uno dei formati indicati)

CONSEGNA

Gli elaborati finiti

- in formato .pdf, per essere stampato in formato A4 o A3 (risoluzione immagini min. 144-300dpi).
- caricati su supporto CD inserito in busta chiusa.
- con il modulo d'iscrizione di ognuno (scaricabile da internet dal sito www.dai-avrai.org) compilato con numero di matricola, nome, cognome e firma degli autori (specificando chi è l'*art director* e chi il *copywriter* per essere contattati dopo la consegna per eventuali revisioni o correzioni).
- con la "liberatoria" (scaricabile da internet), qualora l'elaborato contenga immagini di persone ritratte in primo piano e riconoscibili.
- in busta chiusa, con la dicitura:

Contest creativo " DAI-AVRAI" - V edizione - a. a. 2011-2012

andranno consegnati a Trieste in Facoltà di Scienze della Formazione alla Portineria di via Principe di Montfort e di via Tigor, negli orari consueti:

entro e non oltre le ore 18.30 del 14 febbraio 2012

CONDIZIONI PER POTER PARTECIPARE AL CONCORSO

Il contenuto degli elaborati del contest è frutto di esercitazione puramente didattica (art.70) senza alcun fine di lucro. Gli elaborati non devono contenere immagini, musica o altri elementi oggetto di altrui diritto d'autore senza citazione o autorizzazione dello stesso. L'autore nel caso di ritratti fotografici scattati ad altre persone (soggetti non famosi, non di dominio pubblico) avrà a disposizione un modulo / liberatoria da consegnare compilato e firmato da parte del soggetto fotografato. Per le finalità che si intendono perseguire con questa iniziativa, i promotori del concorso si riservano la facoltà di dare diffusione ai progetti presentati, anche se non vincitori, secondo le modalità che riterranno più opportune. Gli elaborati non verranno restituiti agli autori e l'accettazione del presente contest comporta la rinuncia a qualsiasi diritto o provento economico derivante dal loro impiego o riproduzione. Le Associazioni promotrici si impegnano all'uso degli elaborati solo a scopi benefici e non per fini di lucro. Ai sensi dell'Art.13 comma 1 del decreto leg. del 30 giugno 2003 n.196, "Codice in materia di dati personali" e successive integrazioni e modifiche, i dati personali forniti sono registrati e trattati dalla Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste, organizzatrice dell'evento, esclusivamente per le finalità di gestione delle procedure di selezione dei progetti.

COME LAVORA LA GIURIA

A febbraio 2012 gli elaborati verranno selezionati in Facoltà da una commissione interna, per essere spediti a Milano alla Giuria ADCI. I criteri di valutazione sono i seguenti:

- incisività ed efficacia del messaggio, imprenditorialità - **ADCI**
- capacità di sensibilizzazione al tema prescelto, impatto sociale - **Associazione "Goffredo de Banfield"**
- originalità d'interpretazione, progetto - **Facoltà di Scienze della Formazione**

La preferenza data dal Pubblico (le stesse Associazioni, gli stessi concorrenti, gli amici, i parenti,...) potrà esprimersi collegandosi al sito www.dai-avrai.org con il voto online che formerà una graduatoria a parte, dalla quale risulterà il lavoro vincitore **Idee per Anlaids** (**NB: sarà valida una sola e-mail per contatto**).

RICONOSCIMENTI E PREMI

Le coppie vincitrici riceveranno attestati e materiali dagli Enti promotori, a testimonianza della valutazione raggiunta. I lavori migliori verranno pubblicati sui diversi siti e saranno esposti nella mostra "il buon lavoro premia (è la pubblicità, bellezza...)" edizione 2012, allestita assieme ai materiali dell'ultimo Annual di Art Directors Club Italiano.

Facoltà di Scienze della Formazione

La Facoltà riconoscerà all'elaborato distintosi per il progetto un premio in denaro.

Si ricorda che la partecipazione al contest è aperta a tutti gli Studenti della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste, ma soltanto gli Studenti partecipanti, regolarmente iscritti a Scienze della Comunicazione (Triennale e Magistrale) e della Comunicazione Pubblica, d'Impresa e Pubblicità riceveranno 1 cfu.

Associazione onlus "Goffredo de Banfield"

L'associazione offrirà la possibilità di partecipare ad uno stage operativo per elaborazioni creative (*dettagli alla premiazione*).

Partecipano come partner, affiancando la seconda fase di progetto:

CBM Italia Onlus - Milano

L'Associazione offrirà uno stage operativo nell'ufficio marketing a Milano (*dettagli alla premiazione*).

Maremetraggio - Trieste - Festival di cortometraggi e opere prime

L'Associazione offrirà uno stage operativo per partecipare con elaborazioni a creare l'immagine del festival di quest'anno *MAREMETRAGGIO 2012* (*dettagli alla premiazione*).

Anlaids - Associazione Nazionale per la Lotta contro l'AIDS - sezione regionale FVG

L'Associazione offrirà un premio dedicato, correlato alla manifestazione "Convivio - stilisti e beneficenza", Fiera di raccolta fondi e beneficenza a Milano in collaborazione con la sezione Lombardia (*dettagli alla premiazione*).

La data della premiazione, prevista a fine marzo, verrà comunicata dopo la consegna dei lavori.



adci

dai ^{20ⁿⁱ}
IDEE
avrà
contest creativo

Modulo di adesione

(scrivere in stampatello in modo chiaro)

Il sottoscritto (nome e cognome)

Iscritto alla Facoltà di Scienze della Formazione, n. matricola

Anno accademico

dell'Università degli Studi di Trieste

Studente del Corso di Laurea

Nato il

Residente a

Numero tel.

E-mail

Chiede di partecipare al *contest creativo* "**DAI-AVRAI a.a. 2011/2012**" promosso dall'Università degli Studi di Trieste, Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" e Art Directors Club Italiano, in qualità di:

ART DIRECTOR in coppia con

COPYWRITER in coppia con

Data:

Firma:

/segue

Modulo di adesione

Pagina 2

INFORMATIVA D.LEG. 196/2003 - Nel rispetto della normativa sulla privacy, D.Leg. 196/2003, acconsento a che la Facoltà di Scienze della Formazione, all'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" e all'Art Directors Club Italiano inseriscano i dati personali sopra comunicati nei loro schedari automatizzati e non, per l'utilizzo interno, autorizzando anche la cessione dei medesimi a terzi o la loro pubblicazione nell'ambito delle attività istituzionali di promozione dell'evento.

Avvertenze.

La non osservanza delle norme stampate in questo regolamento, come la mancanza della firma, possono portare all'esclusione delle opere iscritte.

Trattamento e pubblicazione delle opere iscritte.

Tutti i materiali presentati non verranno restituiti.

La Facoltà di Scienze della Formazione, l'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" e l'Art Directors Club Italiano si riservano il diritto di trasferire le opere ricevute su diverso materiale di supporto, anche magnetico o digitale.

A ciascun partecipante, qualora la sua opera risultasse finalista o vincitrice, potrà essere richiesto, da parte della Facoltà di Scienze della Formazione, dell'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" e dell'Art Directors Club Italiano, ulteriore materiale per mostre ed eventuali pubblicazioni promozionali organizzate dopo le premiazioni per promuovere l'evento.

Ciascun partecipante autorizza la Facoltà di Scienze della Formazione, l'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" e l'Art Directors Club Italiano a proiettare e pubblicare, a fini promozionali, le proprie opere nel corso di presentazioni pubbliche o private, nei luoghi, nei tempi e nei modi ritenuti più opportuni.

Ciascun partecipante concede alla Facoltà di Scienze della Formazione, all'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" e all'Art Directors Club Italiano, il diritto di riprodurre la propria opera per la promozione dell'evento. Ciascun partecipante si impegna a consentire alla Facoltà di Scienze della Formazione, all'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" e all'Art Directors Club Italiano di fornire copia delle opere presentate a qualsiasi istituzione pubblica o privata che ne faccia richiesta, per intenti culturali ovvero al fine di promuovere l'evento.

Si rammenta che l'utilizzo di foto, musiche, persone, marchi o immagini è regolamentato dalla legge e dal diritto d'autore (Capo 2 - sez. I - Articoli 107 e segmenti della legge n. 633 del 22-4-1941 - Art.1 e Art.2/4 della Legge sul Diritto d'Autore).

Chi iscrive l'opera si assume tutte le responsabilità derivanti dall'utilizzo di immagini, musiche, persone, marchi presenti nei loro annunci: in altre parole se fotografiamo una persona questa deve essere informata che è protagonista di un elaborato a scopo didattico non a fini commerciali ed acconsentire. Quando le fotografie sono scattate per essere pubblicate in concorsi, mostre o pubblicazioni, è necessario farsi rilasciare una liberatoria dai soggetti ripresi.

La liberatoria che verrà allegata va compilata sempre in doppia copia, di cui una resta al fotografo e l'altra va consegnata al soggetto ripreso.

Firma:

LIBERATORIA PER IL SOGGETTO FOTOGRAFATO

Località, data:

.....

Il/la sottoscritto/a

.....

(Nome e Cognome del soggetto fotografato)

nato/a a il

residente in, via n.,

codice fiscale

con la presente

AUTORIZZA

anche ai sensi dall'art. 10 cod. civ. e degli artt. 96 e 97 legge 22.4.1941, n. 633, Legge sul diritto d'autore, a titolo gratuito la Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste, l'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" di Trieste, l'Art Directors Club Italiano di Milano di seguito la "**Foto**", per il relativo utilizzo per la realizzazione di un elaborato didattico eseguito nell'ambito della promozione del contest creativo "DAI-AVRAI" a.a. 2011/2012 riservato agli Studenti della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste alla pubblicazione della/e propria/e immagine/i ripresa/e dal Signor/ra

.....
(Nome e Cognome del fotografo)

(di seguito il "**Fotografo**"), e contenuta nella fotografia dal titolo, appartenente alla categoria: **Persone**

In tale prospettiva la **Foto** potrà essere pubblicata, a titolo gratuito, dalla Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste, dall'Associazione Goffredo de Banfield di Trieste, dall'Art directors Club Italiano di Milano su i siti internet degli Enti promotori e per esposizioni promozionali del contest creativo stesso con il loro patrocinio e/o partecipazione. Il sottoscritto soggetto fotografato riconosce che la Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste, l'Associazione Goffredo de Banfield di Trieste, l'Art Directors Club Italiano di Milano non assumono alcun obbligo di pubblicazione, in tutto o in parte, della **Foto** oggetto della presente liberatoria.

Il soggetto fotografato

.....

La presente è, altresì, sottoscritta dal **Fotografo** in segno di completa conferma ed accettazione di quanto in essa contenuto.

Il fotografo

.....

Informativa ai sensi dell'art. 13 del D. Lgs. n. 196/2003

La Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste, l'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" di Trieste, l'Art Directors Club Italiano di Milano, quali Enti promotori del *contest creativo* riservato agli Studenti dell'a.a.2010/2011, informano che i dati personali da lei conferiti con la presente liberatoria saranno trattati con modalità cartacee e telematiche dalla Facoltà nell'ambito della gestione del *contest creativo* "**DAI-AVRAI**" **a.a. 2011/2012**, nel rispetto della vigente normativa e degli obblighi di riservatezza; in tale ottica i dati da lei forniti, ivi incluso il ritratto contenuto nella **Foto** suindicata, verranno utilizzati per le finalità strettamente connesse e strumentali alla gestione del *contest creativo*, come indicate nella su estesa liberatoria.

Il conferimento dei dati è facoltativo. Peraltro, l'eventuale rifiuto a fornire i dati personali comporterà l'oggettiva impossibilità per la Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste, l'Associazione Onlus "Goffredo de Banfield" di Trieste, l'Art Directors Club Italiano di Milano, quali Enti promotori di dare corso alle procedure previste dal *contest creativo* "**DAI-AVRAI**" **a.a. 2011/2012** (inclusa l'ammissione della **Foto** al *contest*) come da regolamento. In qualsiasi momento lei potrà esercitare tutti i diritti indicati dall'articolo 7 del D. Lgs. 196/2003, in particolare la cancellazione, la rettifica o l'integrazione dei suoi dati. Tali diritti potranno essere esercitati secondo le modalità indicate dall'articolo 9 del Codice Privacy inviando comunicazione scritta alla Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Trieste, Via Principe di Monfort, 3 Trieste.

(consento)

(non consento)

Firma del soggetto fotografato

.....