



UNIONE NAZIONALE
CONSUMATORI

Via Duilio, 13 - 00192 Roma
tel. 06.3269531 - fax 06.3234616
info@consumatori.it - www.consumatori.it

CONCORSO

PER LE SCUOLE SECONDARIE DI PRIMO GRADO

in collaborazione
con l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani
(IVSI)



con il contributo
del Ministero delle Politiche Agricole,
Alimentari e Forestali



ANNO SCOLASTICO 2009-2010

L'UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI

NELL'AMBITO DELLA SUA ATTIVITÀ DI EDUCAZIONE, INDICE UN CONCORSO A PREMI:

Publicitario per un giorno

IL TEMA

Dopo aver approfondito i contenuti presentati nella pubblicazione "A scuola di salumi" i partecipanti dovranno ideare una campagna stampa sui salumi DOP e IGP con l'obiettivo di comunicare le qualità di tali salumi secondo le indicazioni fornite nel "brief" in calce.

Al Concorso si potrà partecipare trasmettendo l'elaborato:

- in formato elettronico via e-mail (scelta consigliata);
- per via postale.

REQUISITI E TERMINI

Possono partecipare al Concorso gli allievi delle Scuole secondarie di primo grado, statali e parificate. Il termine per la presentazione degli elaborati scadrà improrogabilmente il 30 aprile 2010 (farà fede la data dell'e-mail o del timbro postale) e i premi saranno consegnati a Roma il 21 maggio 2010.

MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

Gli elaborati, contrassegnati da nome, cognome, classe e scuola di appartenenza dell'allievo, dovranno essere inviati all'in-

dirizzo di posta elettronica silvia.dellavalle@consumatori.it, specificando nell'oggetto "Concorso: Publicitario per un giorno"; oppure spediti con plico raccomandato all'Unione Nazionale Consumatori - Ufficio Concorsi - Via Duilio 13 - 00192 Roma. Gli insegnanti sono tenuti ad inviare gli elaborati di tutti gli alunni delle classi aderenti al Concorso, segnalando i primi 5 elaborati considerati migliori in graduatoria. **Non sono ammessi lavori di gruppo.**

ASSEGNAZIONE DEI PREMI

Una Giuria nominata dall'Unione Nazionale Consumatori provvederà, a suo insindacabile giudizio, ad assegnare i premi scegliendo i migliori 6 elaborati (rispondenti alle acquisizioni culturali e linguistiche degli allievi della classe frequentata).

PREMI

I premi assegnati sono così suddivisi:

- 3 primi premi (uno per ogni anno di corso): videocamera digitale;
- 3 secondi premi (uno per ogni anno di corso): macchina fotografica.

Agli insegnanti dei 6 studenti vincitori sarà offerta una litografia a colori di Vladimir Payevic: "Roma, il Pincio"

I premi saranno consegnati nel corso di una cerimonia che si terrà in Roma, dove gli studenti classificati -che sono tenuti a ritirarli personalmente- saranno ospiti dell'Unione Nazionale Consumatori, insieme all'insegnante che li avrà assistiti nel lavoro e ai genitori, se vorranno accompagnarli.

I vincitori riceveranno comunicazione del premio assegnato tramite la propria Scuola e un comunicato con l'elenco degli studenti vincitori sarà diramato alla stampa a cura dell'Unione Nazionale Consumatori la quale si riserva l'uso della proprietà letteraria di tutti gli elaborati presentati, che non saranno restituiti. Tali elaborati potranno essere utilizzati anche dall'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani (IVSI) a fini divulgativi.

Inoltre gli elaborati primi classificati potranno essere pubblicati sui periodici: "Le scelte del consumatore" e "L'industria delle carni". Potranno essere anche inseriti nei siti: www.consumatori.it e www.salumi-italiani.it dell'IVSI.

Una delle tre campagne pubblicitarie, proposte dai vincitori dei primi premi, sarà realizzata da un'Agenzia di comunicazione e pubblicità selezionata dall'IVSI.

BRIEF PER LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA SUI SALUMI DOP E IGP

Obiettivi della campagna: La campagna pubblicitaria ha l'obiettivo di comunicare le qualità dei salumi DOP e IGP ossia: tradizione e tipicità, qualità, controlli e garanzie, genuinità e valori nutrizionali, gusto e bontà.

Oggetto della campagna: La campagna stampa deve essere studiata per valorizzare i salumi DOP e IGP (es. Mortadella Bologna IGP, prosciutto di Parma DOP, prosciutto di San Daniele DOP, Salamini Italiani alla Cacciatora DOP ecc.) e, nell'elaborato, **non dovranno essere citate marche o brand aziendali.**

Elementi della campagna: Gli elaborati con la proposta di campagna pubblicitaria (layout) dovranno contenere:

- **Visual:** parte illustrata dell'annuncio (con rappresentazione del prodotto da pubblicizzare) che può essere realizzata utilizzando la fotografia, il disegno o l'illustrazione;
- **Headline o payoff:** una specie di titolo redatto e composto per attirare l'attenzione del pubblico e caratterizzare il prodotto pubblicizzato;
- **Body copy o testo:** parte esplicativa della campagna, generalmente scritta con un carattere più piccolo dell'headline.

Nella selezione saranno valutati positivamente gli elaborati che presenteranno più soggetti/varianti/declinazioni con protagonisti diversi salumi DOP e IGP.