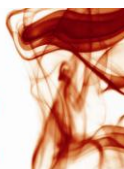


**CENTRO
NAZIONALE
SANGUE**



PUBBLICITÀ
P
PROGRESSO
Fondazione per la
Comunicazione Sociale

SHARE CARE

un contest per promuovere la donazione del sangue
attraverso l'unconventional marketing

Perché

Anche quest'anno la Giornata mondiale del Donatore di sangue del 14 giugno, sarà caratterizzata da eventi in tutto il mondo volti ad aumentare la consapevolezza della necessità di sangue sicuro e plasmaderivati che garantiscano la massima qualità ed efficienza. Una trasfusione di sangue può salvare una vita, migliora l'aspettativa e la qualità di vita di pazienti affetti da patologie potenzialmente letali, supporta complesse procedure mediche e chirurgiche..

L'obiettivo del OMS è che tutti i paesi possano coprire il loro fabbisogno basandosi sui donatori volontari entro il 2020. Il nostro è aiutare l'OMS A RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO, mantenendo l'autosufficienza dell'Italia.

Realizza un corto, un comics, un tube-games, un rap o brano musicale, un'azione di guerriglia marketing o di ambient marketing, o tutto quanto possa contagiare la rete e incrementare la cultura della donazione del sangue, soprattutto fra i giovani!

Materiali

L'elaborato finale dovrà essere necessariamente un video. Saranno ammessi i formati .WMV, .AVI, .MOV, .MPG, .MP4 della durata non superiore ai 5 minuti e non inferiori ai 90 secondi. Le azioni di guerrilla marketing possono anche essere descritte nelle tecniche e azioni suggerite per ottenerne la diffusione virale.

Da Dove Partire

tutti i contributi presentati dovranno contenere il messaggio che:

- ✚ uno stile di vita corretto e sano, grazie al quale è possibile donare il sangue in maniera regolare e controllata è un vantaggio non solo per il ricevente ma anche per il donatore;
- ✚ il sangue donato diventa un farmaco salvavita non solo in situazioni di emergenza, ma anche per curare patologie croniche;
- ✚ il sangue donato in maniera anonima diventa una risorsa a disposizione di tutti, da condividere per sostenere un sistema sanitario efficiente equo e solidale.

La parola chiave sarà: **SHARE CARE. CONDIVIDERE LA CURA (per sé stessi come per gli altri)**

Chi può partecipare

Tutti i giovani dai 18 ai 28 anni che si sentono creativi e hanno dimestichezza con il Web 2.0. Gli studenti Universitari che vorranno partecipare in Team multidisciplinari sono i benvenuti poiché l'articolazione di un messaggio di salute e solidarietà non può prescindere dalla correttezza scientifica.

Chi giudicherà la campagna

Una commissione composta da esperti in discipline di comunicazione e divulgazione medica, sceglierà una shortlist dei contributi inviati. I contributi della shortlist, verranno caricati sul canale You Tube nella settimana dal 23 maggio al 9 giugno per essere sottoposti ad una giuria "social" e potranno essere votati dal pubblico della rete con "mi piace". I tre video che riceveranno più like saranno i tre vincitori. L'ordine del podio per il primo, secondo e terzo posto verrà poi stabilito dalla giuria di esperti che decreterà il vincitore assoluto.

Scadenza

L'elaborato deve pervenire entro il 20 maggio 2012.

- 1) I contributi possono essere spediti attraverso l'applicazione web wetransfer (www.wetransfer.com) al seguente indirizzo email: media.cns@iss.it oppure via posta Raccomandata al seguente indirizzo:
Centro Nazionale Sangue – Ufficio Comunicazione – Via Giano della Bella, 17 – 00162 Roma (farà fede il timbro postale).
- 2) Unitamente agli elaborati dovrà essere allegata e debitamente compilata la scheda di partecipazione e la liberatoria all'uso delle immagini contenute nei video (scaricabile dal sito www.centronazionale sangue.it).
- 3) La consegna potrà considerarsi effettiva solamente dopo la ricezione di una mail di conferma da parte della Segreteria Organizzativa.

I premi

Primo : iPad 3

Secondo : iPhone 4

Terzo : iPod touch

La campagna vincitrice potrebbe essere adottata e diffusa dal CNS attraverso il sito e altri media adeguati. Riceverà una menzione speciale dalla Fondazione Pubblicità Progresso e sarà inserita nella mediateca della Fondazione Pubblicità Progresso.

Note

- 1) Il presente regolamento è pubblicato sul sito web www.centronazionale sangue.it e sul sito web www.pubblicitaprogredito.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 materiale spedito non verrà restituito;
- 4) 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 in denaro : 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 è possibile scrivere ai seguenti indirizzi email: s.izzo@pubblicitaprogresso.org e media.cns@iss.it
- 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 : Centro Nazionale Sangue con delega alla Fondazione Pubblicità Progresso.