



Allegato n. 1 al D.R. n.122 dell'11 febbraio 2013

Avviso Pubblico

Concorso di idee per la nuova campagna pubblicitaria d'Ateneo 2013/2014 dell'Università degli Studi di Macerata

Art. 1) Obiettivi del concorso

L'Università degli Studi di Macerata indice un concorso con lo scopo di individuare idee visive e proposte creative per la prossima campagna pubblicitaria di immatricolazione dell'Università degli Studi di Macerata. In particolare, il concorso mira ad ottenere due tipologie di comunicati differenti (azioni):

1. PROPOSTE CREATIVE PER LA CAMPAGNA PUBBLICITARIA ISTITUZIONALE 2013 (azione 1);
2. IDEE VISIVE LEGATE AL TEMA DEL CONCORSO, DESTINATE AD ESSERE OGGETTO DI UNA MOSTRA VISIVA CHE AFFIANCHERÀ LA CAMPAGNA ISTITUZIONALE (azione 2).

Informazioni sul bando sono disponibili sul sito www.unimc.it nella sezione "Ateneo > Bandi e concorsi".

Art.2) Tema del Concorso

Il tema del concorso è rappresentato dal concept della prossima campagna pubblicitaria d'Ateneo: "Unimc: la nostra Opera". L'Università di Macerata, ateneo giovane e dinamico, intende promuovere progetti ispirati al legame tra università e opera lirica. Tale tema è stato scelto sia perché a Macerata l'Arena Sferisterio rappresenta un luogo identitario, sia per il grande significato storico e culturale dell'opera italiana come linguaggio universale. Non bisogna sottovalutare il fatto che il 2013 è l'anno del bicentenario della nascita di Giuseppe Verdi. Infine, e non ultimo, va segnalato il progetto di forte ringiovanimento che caratterizza la nuova direzione artistica dello Sferisterio ricoperta con successo dal Maestro Francesco Micheli nella convinzione che l'opera è "contemporanea" e può parlare ai giovani (i giovani all'Opera).

Art. 3) Azioni

AZIONE 1: Proposte creative per la campagna pubblicitaria istituzionale

La partecipazione è gratuita e aperta ai liberi professionisti della comunicazione, che operano nel settore da almeno 5 anni, ai quali si chiede un'interpretazione creativa del concept. Il contributo creativo dovrà essere sintetizzato in una proposta visivo/verbale da declinare, in caso di selezione da parte della giuria e vincita del premio, nei format richiesti dal piano media adottato dalla campagna (cfr. Allegato B). Possono partecipare residenti in Italia e all'Ester. Sono esclusi dalla partecipazione al bando:

- i componenti della giuria, nonché i loro coniugi e parenti sino al terzo grado di parentela;
- dipendenti dell'Università degli studi di Macerata.

Il progetto vincitore dell'Azione 1 sarà la base di partenza per l'elaborazione della prossima campagna pubblicitaria di Ateneo 2013/2014.



Gli elaborati presentati dovranno essere pertanto ideati e pensati in funzione di una possibile declinazione successiva nei formati necessari a veicolare la campagna sui vari mezzi previsti in fase di pianificazione.

La campagna pubblicitaria utilizzerà in linea generale i seguenti media: affissioni, carta stampata, banner su internet, social network.

La successiva elaborazione dei supporti necessari a veicolare il messaggio sarà affidata al vincitore del concorso con l'affiancamento dell'Ufficio Comunicazione.

Valori strategici da esprimere nella proposta

In termini strategici, la proposta dovrà esprimere e sintetizzare:

- il posizionamento dell'Università degli studi di Macerata espresso nel payoff "l'umanesimo che innova";
- l'immagine di un Ateneo dinamico, che mette al centro i giovani e la cultura;
- il legame tra l'Università, lo Sferisterio e l'opera lirica;
- il processo di internazionalizzazione dell'Ateneo;
- la qualità dell'offerta formativa.

AZIONE 2: Idee visive ispirate al tema del concorso, destinate ad una mostra espositiva

La partecipazione è gratuita e aperta ai liberi professionisti del mondo della comunicazione e ai giovani dai 18 ai 35 anni (professionisti e non) residenti in Italia e all'estero. Sono esclusi dalla partecipazione al bando:

- i componenti della giuria, nonché i loro coniugi e parenti sino al terzo grado di parentela;
- i dipendenti dell'Università degli studi di Macerata.

Valori strategici da esprimere nella proposta

In termini strategici, la proposta dovrà esprimere e sintetizzare:

- il posizionamento dell'Università degli studi di Macerata espresso nel payoff "l'umanesimo che innova";
- l'immagine di un Ateneo dinamico, che mette al centro i giovani e la cultura;
- il legame tra Università, lo Sferisterio e l'opera lirica;
- il processo di internazionalizzazione dell'Ateneo;
- la qualità dell'offerta formativa.

Art. 4) Modalità di partecipazione

Per le Azioni 1 e 2 la partecipazione può avvenire in forma singola o in gruppi di lavoro. Ogni gruppo di lavoro dovrà nominare, nell'ambito dei propri componenti, la persona delegata a rappresentarlo. Il concorrente non potrà prendere parte al concorso, contemporaneamente a titolo individuale e quale componente del gruppo; è altresì esclusa la contemporanea partecipazione a più gruppi. Possono concorrere singoli individui ovvero gruppi, non formalmente costituiti, allegando in quest'ultimo caso la nomina di un "referente del progetto" sottoscritta da tutti i componenti del gruppo. Ogni singolo o gruppo può presentare un solo progetto. Ogni componente di un gruppo non potrà partecipare al progetto di un gruppo diverso.



Ogni concorrente può presentare domanda per entrambi gli oggetti del concorso.

La domanda, comprensiva degli allegati e del progetto, dovrà pervenire in busta chiusa e debitamente sigillata, specificando sulla busta la seguente dicitura: "PARTE CIPAZIONE AL CONCORSO DI IDEE PER LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA" specificando se si intende partecipare per "Azione 1 Proposte creative" o "Azione 2, Idee visive. Il plico potrà essere spedito a mezzo servizio postale (farà fede il timbro postale di invio) o consegnato a mano, entro le ore 12,00 del giorno **22 marzo 2013** al seguente indirizzo Università degli Studi di Macerata, Ufficio Protocollo, Piaggia della Torre, 8 62100 – Macerata.

Art. 5) Presentazione delle domande

I partecipanti dovranno presentare, **a pena di esclusione**, i seguenti documenti:

- domanda di partecipazione il cui modello è disponibile sul sito www.unimc.it nella sezione "Ateneo > Bandi e concorsi" come allegato A, contenente i dati anagrafici utili per l'identificazione (nome, cognome, data e luogo di nascita, codice fiscale, indirizzo, numero di telefono, e-mail di riferimento);
- dichiarazione liberatoria, sull'utilizzo ed il trattamento dei dati personali ai fini del concorso (D.lgs. 196/2003) (Allegato A);
- dichiarazione sottoscritta nella quale si esplicita l'accettazione di tutte le norme contenute nel presente bando (Allegato A);
- curriculum vitae;
- autorizzazione alla pubblicazione del proprio lavoro e la dichiarazione di originalità opportunamente sottoscritta attestante la piena titolarità e la relativa assunzione di responsabilità di quanto inviato (Allegato A);
- dichiarazione di cessione dei diritti e di impegno a collaborare nella fase di attuazione (Allegato A);
- fotocopia fronte/retro della carta d'identità firmata in originale;
- breve descrizione dell'idea creativa (max una cartella). I partecipanti dovranno accompagnare la proposta con un "rational creativo" scritto: un documento in cui si esporranno sinteticamente i processi logici seguiti nella elaborazione della strategia creativa sino alla formulazione della proposta;
- proposta creativa.

Formato di presentazione proposte

Sia per l'Azione 1 che per l'Azione 2 le proposte dovranno essere presentate su fogli di carta bianca in formato A3 (29,7x42 centimetri), orientati in verticale o in orizzontale a piacere, unitamente alla consegna della proposta in formato digitale con immagini ad alta risoluzione su supporto cd rom o dvd.

I progetti devono essere inediti e di esclusiva proprietà degli autori. Tutti i materiali inviati devono essere liberi da copyright e rispettare le leggi in materia di diritto d'autore.

Art. 6) Composizione della commissione giudicatrice

La Commissione giudicatrice, nominata con apposito provvedimento del Rettore dell'Università degli studi di Macerata, sarà composta da rappresentanti dell'Università e da esperti di comunicazione e si insedierà



dopo la scadenza dei termini per la presentazione dei plachi del concorso. La Commissione prenderà visione dei lavori inviati e selezionerà i lavori ritenuti più meritevoli per esecuzione, originalità e gusto.

Art. 7) Articolazione del concorso

I progetti pervenuti e per i quali non siano stati riscontrati motivi di esclusione, saranno esaminati dalla Commissione.

La Commissione motiverà, con apposito verbale, la scelta del vincitore e approverà la graduatoria. I progetti selezionati relativamente all’Azione 1 saranno utilizzati per la prossima campagna pubblicitaria dell’Università degli studi di Macerata (nella sua declinazione istituzionale e non) e pubblicati sul sito Internet dell’Ateneo. Qualora la Commissione non individuasse nessun progetto adeguato agli obiettivi dell’Avviso Pubblico, verrà dichiarata l’inefficacia del concorso di idee.

Art. 8) Criteri di valutazione

La Commissione selezionerà i lavori creativi secondo criteri di:

- originalità nella modalità comunicativa;
- attinenza con il tema proposto;
- coerenza con l’immagine complessiva di Ateneo.

La verifica degli elementi formali per la partecipazione al bando sarà effettuata dalla Commissione prima della valutazione dei progetti, nel rispetto dei criteri di cui sopra .

La Commissione definirà una graduatoria di merito tra le proposte ricevute.

Il giudizio della Commissione giudicatrice è vincolante e insindacabile. Qualora la Commissione non individuasse nessun progetto adeguato agli obiettivi del bando, verrà dichiarata l’inefficacia del concorso di idee. L’esito del concorso con i nominativi dei vincitori sarà pubblicato sul sito www.unimc.it.

Art. 9) Proprietà e diritti

I vincitori del concorso di idee rinunciano ad ogni diritto di utilizzazione sui propri elaborati, che dall’acquisizione agli atti dell’Università degli studi di Macerata diventeranno di proprietà della stessa, senza che l’autore/i possano avere nulla a che vantare al riguardo a qualsiasi titolo.

I vincitori dell’Azione 1 dovranno fornire supporto anche nella successiva fase di implementazione del progetto.

Art. 10) Premi

Il montepremi complessivo per l’Azione 1 è di € 4.000 (quattromila) lordi destinato ad un solo vincitore. Il montepremi è vincolato al supporto che il vincitore dovrà fornire alla realizzazione della campagna istituzionale d’Ateneo (cfr. Allegato A).

Il montepremi complessivo per l’Azione 2 è di € 1.500 (miljecinquecento) lordi che sarà così ripartito:

- al primo classificato, un premio consistente in € 1.000,00 (mille) lordi;
- al secondo classificato, un premio consistente in € 500,00 (cinquecento) lordi.



Art. 11) Autorizzazione alla pubblicazione

Il vincitore del premio relativo all’Azione 1 autorizza l’Università degli Studi di Macerata all’utilizzo e alla pubblicazione del materiale fornito, immagini e testi, nelle forme e nei luoghi che riterrà opportuno.

Il primo ed il secondo classificato per l’Azione 2 autorizzano l’Università degli Studi di Macerata all’utilizzo del materiale fornito per l’allestimento della mostra e per la diffusione dell’immagine della stessa tramite sito internet o pubblicità cartacea.

Art. 12) Responsabilità

L’Università degli Studi di Macerata declina ogni responsabilità relativa ad abuso o plagio relativamente alla paternità dei diritti d’autore sulle opere presentate dai partecipanti. In caso di controversie o pretese di terzi, l’Università degli Studi di Macerata si rivarrà sui partecipanti responsabili dell’abuso per gli eventuali danni diretti e indiretti.

Art. 13) Informativa e consenso al trattamento dei dati personali

Ai sensi di quanto disposto dall’articolo 13 del D. Lgs. n. 196/2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali), si rende noto che i dati personali forniti dai partecipanti di cui al presente avviso pubblico sono soggetti a trattamento, nel rispetto dei doveri di riservatezza ed in conformità a quanto espressamente previsto dal Codice predetto.

Art. 14) Accettazione delle Norme di Partecipazione

La partecipazione al Concorso implica l’accettazione di tutte le norme che compongono il presente avviso pubblico, nessuna esclusa. Per ogni eventuale controversia legata alla partecipazione di cui al presente avviso pubblico è competente, in via esclusiva, il Foro di Macerata.

Art. 15) Responsabile del procedimento

Il responsabile del procedimento per lo svolgimento delle procedure amministrative connesse all’esecuzione del presente bando è la Sig.ra Gabriella Morandi (morandi@unimc.it).

Art. 16) Ulteriori informazioni

Per ulteriori informazioni e chiarimenti è possibile contattare l’Ufficio Comunicazione dell’Università degli studi di Macerata: ufficio.comunicazione@unimc.it - tel. 0733 – 2582822.

Macerata, 11/02/ 2013

F/to IL RETTORE

Prof. Luigi Lacchè