

On The Move 2016 10 atenei in competizione

dicembre 2015



L'edizione 2016 prevede la progettazione di un'iniziativa non convenzionale per la Fondazione Pubblicità Progresso collegata alla campagna *Sostenibilità. Sobrietà. Solidarietà.* in corso di realizzazione.





Chi è Pubblicità Progresso

Attiva dal 1971, prima come Associazione e dal 2005 come Fondazione, Pubblicità Progresso ha promosso e promuove la comunicazione sociale di qualità dimostrando l'utilità di un intervento professionale in questo ambito. Con la sua attività contribuisce a valorizzare la comunicazione italiana e i suoi operatori.

Da anni la Fondazione collabora con le università italiane organizzando il contest *On The Move* dedicato agli studenti e gestendo il network *Athena* di cui fanno parte oltre 80 docenti di diversi atenei del Paese.

La missione e la visione

Pubblicità Progresso si propone di contribuire alla soluzione di problemi civili, educativi e morali della comunità, ponendo la comunicazione al servizio della società.

Pubblicità Progresso crede che lo sviluppo della comunicazione sociale nel nostro Paese debba passare attraverso il confronto, la sperimentazione e la ricerca. La comunicazione sociale deve mettere al centro i valori della “buona causa”, considerare l’efficacia del messaggio, la funzionalità del mezzo scelto, la capacità di motivare e, quando possibile, spingere all’azione.



Gli obiettivi strategici della campagna 2016

I principali obiettivi della campagna **Sostenibilità. Sobrietà. Solidarietà.** sono stimolare comportamenti virtuosi e invitare a visitare un portale dove saranno fornite indicazioni su azioni o stili di vita sostenibili. Per esempio, risparmio dell'acqua; uso di energie rinnovabili; raccolta differenziata e riciclo; mobilità sostenibile; lotta allo spreco alimentare; uso di tecnologie innovative per risparmiare risorse.





On the Move compie 10 anni

In occasione del decennale, dieci atenei sono chiamati a progettare un'iniziativa di marketing non convenzionale sul tema della campagna 2016 **Sostenibilità. Sobrietà. Solidarietà.** E a sfidarsi per produrre idee innovative, creative, efficaci. L'idea più interessante verrà realizzata a Milano da Pubblicità Progresso con il supporto del gruppo di studenti vincitori.

L'azione di marketing non convenzionale dovrà aumentare la consapevolezza sui temi della campagna utilizzando il web e tecniche unconventional: guerrilla, ambient, street etc.



On the Move: chi partecipa

Università di Udine, sede di Gorizia

Università di Teramo

Università del Sannio

Università di Padova

Università degli Studi di Milano

Università La Sapienza di Roma

Università di Urbino, sede di Pesaro

Università Tor Vergata di Roma

Politecnico di Milano

Università IULM di Milano



Come partecipare

In ogni ateneo un docente del network Athena assume il ruolo di referente per l'iniziativa e coinvolge i propri studenti organizzando l'attività attraverso lavori di gruppo.

Ogni gruppo presenta in 20-25 slide ppt il proprio progetto. La presentazione deve contenere:

- la descrizione dettagliata dell'azione non convenzionale**
- l'approccio strategico e le ragioni della scelta adottata**
- gli obiettivi di comunicazione specifici**
- i target a cui l'azione è indirizzata**
- il timing articolato per fasi (progettazione generale, piano operativo, preparazione dei materiali, realizzazione dell'iniziativa, attività di viralizzazione etc.)**

Come partecipare - 2

La proposta deve indicare anche i costi sapendo che il budget per la realizzazione dell'azione di marketing non convenzionale non può superare l'importo di 1.500,00 euro.

Le proposte possono prevedere la collaborazione di partner tecnici e di media partner.





Le fasi successive

Il docente referente sceglie la proposta più interessante e la invia a Pubblicità Progresso entro il 15 maggio 2016.

Pubblicità Progresso organizza a fine maggio la giuria che sceglie il progetto vincitore (criteri in fase di definizione).

Gli studenti vincitori collaboreranno con Pubblicità Progresso alla realizzazione dell' iniziativa non convenzionale in una location in centro a Milano a fine giugno/inizio luglio.

Pubblicità Progresso sosterrà le spese per viaggio e soggiorno a Milano dei 5 studenti dell' ateneo vincitore.