



ART DIRECTORS CLUB
ITALIANO



EQUUNAL

Promuovere l'uguaglianza
attraverso la comunicazione



*Equal x Eurobest
Young Creative*

EQUAL

+

eurobest
the european festival of creativity

REGOLAMENTO

Scopo del premio, promosso da Art Directors Club Italiano, è quello di valorizzare il talento dei giovani creativi impegnati nelle agenzie e di promuovere Eurobest, the European Festival of Creativity 2023.



Iscrizione & Requisiti



- Possono partecipare tutti i professionisti che collaborano, o hanno collaborato con un'agenzia di comunicazione, con un contratto di qualsiasi tipo, nati dal 30/11/1992 in poi e con una buona conoscenza della lingua inglese.
- I partecipanti devono formare una coppia in grado di ideare e di produrre autonomamente una soluzione creativa al brief proposto (di seguito "lavoro").
- I partecipanti devono presentarsi in coppia e la stessa può essere formata da due professionisti appartenenti a due agenzie diverse.
- La coppia dovrà iscriversi come unico team.
- Per il brief è possibile presentare un solo lavoro.
- L'iscrizione è gratuita e riservata ai soci ADCI e può essere effettuata inviando il proprio lavoro all'indirizzo email: **giovani@adci.it** riportando nome, cognome, agenzia di appartenenza e data di nascita di ogni singolo componente della coppia creativa. Per validare l'età dovranno essere allegati anche i documenti di identità dei componenti della coppia creativa.
- Ogni coppia avrà a disposizione 1 settimana dall'uscita del brief per ideare e produrre il lavoro. La coppia avrà a disposizione dalle ore 10 del giorno 4 novembre alle ore 10 del giorno 11 novembre per produrre il lavoro.
- Non saranno ammesse proroghe sulla data e sull'ora di consegna del lavoro.
- Non sarà ammesso nessun tipo di collaborazione con persone esterne alla coppia sia nella fase di ideazione (direzione creativa, creativi senior) che in quella di produzione (fotografi, registi, post produttori) del lavoro.
- I lavori saranno presentati alla giuria in forma anonima, pertanto non dovranno contenere alcun segno identificativo dei soggetti che l'hanno elaborato.

Formati



- La coppia dovrà ideare e produrre in 1 settimana un lavoro presentabile in un'unica tavola in formato A3 orizzontale.
- Il file dovrà essere in formato PDF.
- Il file non dovrà superare le dimensioni di 19 Mb.
- Il file dovrà essere inviato completo dei dati della coppia, a: **giovani@adci.it**

Utilizzo di immagini e materiali



- Per la realizzazione del lavoro in qualsiasi categoria, si potranno utilizzare SOLO ed ESCLUSIVAMENTE immagini e illustrazioni royalty free.

La Giuria



- Tutti i lavori saranno valutati da una giuria composta da creativi del team Equal e almeno un giurato esterno che voteranno le proposte migliori tenendo in considerazione la creatività, la realizzazione e l'originalità dell'idea.
- I lavori saranno sottoposti ai giurati in forma anonima: per garantire ciò sarà assegnato un codice numerico ad ogni coppia creativa in fase di caricamento dei materiali utile per il riconoscimento dei lavori in forma anonima.

Selezione



- Sarà stabilita una classifica dei 3 migliori lavori
- Le prime tre coppie classificate rappresenteranno l'Italia alla Eurobest competition.
- Nel caso di eventuali rinunce, doppie vincite o squalifiche, saranno premiati in ordine: il quarto e il quinto qualificato.
- In caso uno o entrambi i membri della coppia dovessero rinunciare a partecipare alla Eurobest Young Competition 2023 si procederà alla sostituzione con i quarti classificati (uno o entrambi) e così via qualora vi fossero ulteriori impossibilità.



Premi



- Saranno premiate le prime tre coppie creative autrici dei tre migliori lavori.
- I vincitori rappresenteranno l'Italia alla Eurobest Young Competition. Il costo di partecipazione sarà a carico di Art Directors Club Italiano

Osservanza del Regolamento



- Iscrivendo il proprio lavoro ciascun partecipante dà atto di aver preso visione del presente regolamento, di averlo letto attentamente e di accettarne integralmente il contenuto.

Competenza




- Relativamente ad ogni e qualsiasi questione che dovesse insorgere circa la validità, interpretazione, esecuzione del presente regolamento e/o per tutto quanto non previsto nello stesso, saranno vincolanti e definitive le decisioni adottate dall'Art Directors Club Italiano.





IL BRIEF




Telefono Donna


Telefono Donna è un'associazione di volontariato nata l'8 marzo 1992 per iniziativa della fondatrice Stefania Bartocchetti. Fa parte del CNDI (Consiglio Nazionale Donne Italiane) ed è affiliata del Conseil International des Femmes (ONU). Fa parte della Rete anti violenza del Comune di Milano dal 2007, dal 2015 aderisce alla Rete anti violenza del Ticino-Olona e dal 2018 fa parte della Rete anti violenza di Monza e della Brianza, Rete Artemide. **Telefono Donna è un centro anti violenza riconosciuto dalla Regione Lombardia e dispone di Case Rifugio a indirizzo segreto.**

La sede principale e legale di Telefono Donna è ubicata all'interno dell'ASST Grande Ospedale Metropolitano Niguarda, Piazza Ospedale Maggiore, 3 Milano.

Tramite l'ascolto telefonico, offre il suo aiuto a donne in difficoltà: in particolare, si occupa di vittime di maltrattamento, violenza fisica e/o psicologica e stalking, offrendo a chi lo desidera un percorso gratuito di supporto psicologico e/o legale.

Telefono Donna offre un servizio di ascolto attivo 24 ore su 24, e risponde a diverse tipologie di utenze.







Dati

Negli ultimi anni è aumentato progressivamente il numero di persone che dichiara di aver vissuto una relazione tossica.

***18% dei ragazzi
Tra i 18 e i 23 anni***

Semberebbe vivere o aver vissuto una relazione tossica e disfunzionale.







Dati

Geloso, ossessionato dal controllo, manipolatore. Chi mai vorrebbe un/a partner così?

Eppure per molte donne, soprattutto giovani e giovanissime, trovarsi incastrate nei meccanismi di una relazione affettiva “abusante” è molto più frequente di quanto si possa immaginare. E l’abuso è violenza. Anche quando non lascia lividi.

***Dai 16 ai 24 anni
1 adolescente su 3***

È vittima di violenza emotiva a seguito di una relazione tossica







Problema

Le vittime di violenza hanno difficoltà a parlarne perchè faticano a:

- riconoscere le forme di violenza (spesso sottovalutate)
- ad aprirsi parlandone agli altri

**E se a tutto questo aggiungiamo anche
l'intrattenimento televisivo**



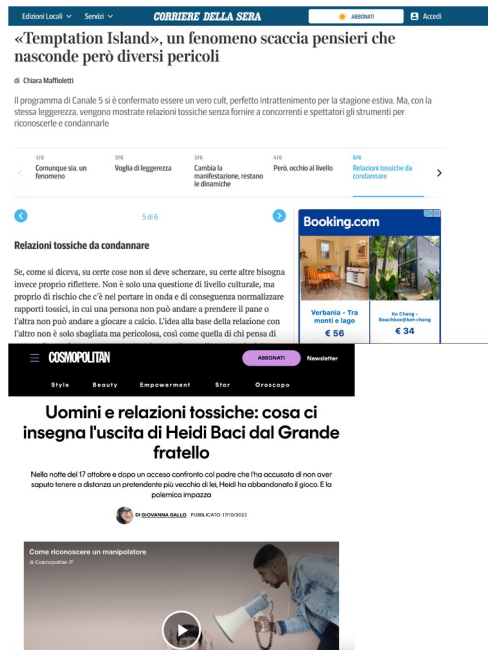


Fenomeni Culturali

Da Temptation Island al Grande fratello VIP, sempre più spesso vanno in scena sulle TV locali le famose red flags, ossia vere e proprie dimostrazioni di quelli che possono essere considerati abusi all'interno di una relazione.

Il problema sta nella normalizzazione.

Ma cosa accadrebbe se del personale qualificato commentasse in diretta questi programmi per mettere sotto i riflettori comportamenti abusanti e da non sottovalutare al fine di educare e mettere in guardia?





Sfida: creare consapevolezza

Rendere visibile ciò che non lo è,
sradicare una cultura che legittima
comportamenti tossici, mostrando il
vero significato di determinate azioni.

Rispondendo così al bisogno di aiutare
le donne in primis a **riconoscere** le
forme di violenza e i comportamenti
abusanti.



Hacks the system & promote a culture of respect







Insight: qualche spunto

Le donne che sperimentano la violenza spesso faticano a uscirne anche perché hanno dentro di loro **la voce del maltrattante che è diventata più forte della loro.**

Ogni relazione tossica inizia con una storia d'amore. O almeno con quello che si pensava fosse amore: gelosia scambiata per coinvolgimento, volontà di controllo scambiata per dedizione. Per questo, all'inizio, può **non essere facile riconoscere gli indizi dell'abuso.**

L'abuso psicologico **non lascia segni visibili.**

Sapremmo tutti cosa dire, per esempio, all'amica o alla collega che ci rivela di non uscire più da sola di sera perché il suo partner non vuole? Conoscere i meccanismi della violenza, capire se una donna vive una situazione di abuso e **sapere cosa consigliarle di fare è un tema che riguarda tutti.**

Siccome prevenire è meglio che curare, **come possiamo educare gli uomini?**









Brief in a nutshell

Creare una **campagna**, senza vincoli sui mezzi da utilizzare, che apra gli occhi sul tema delle **relazioni tossiche** come possibile avvisaglia della **violenza domestica**, rivolgendoci non solo alle vittime, ma anche a chi è **testimone** diretto o indiretto di queste relazioni.





■
— GRAZIE! —
■

ADCI - Art Directors Club Italiano

Via Thaon De Revel 21 - 20159 Milano

info@adci.it - amministrazione@adci.it