

Lancio di un concorso a premi per studenti dell'Università di Pavia e di altri Atenei Lombardi per lo sviluppo e realizzazione di una campagna di comunicazione mediatica sulle iniziative dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS) nell'ambito del Global Fund in Uganda

La Fondazione AVSI in collaborazione con l'Università degli Studi di Pavia per tramite del suo Centro Internazionale per la Cooperazione allo Sviluppo (CICOPS), lancia un concorso a premi dedicato a proposte progettuali elaborate prioritariamente da studenti iscritti presso l'Università di Pavia ma aperto anche a studenti iscritti presso altri Atenei Lombardi, per premiare progetti innovativi di comunicazione che abbiano come oggetto la diffusione e divulgazione di informazioni sulle iniziative promosse dall'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo in Uganda.

A chi è rivolto

Il concorso a premi è riservato a studenti/esse di tutte le Facoltà e a studenti/esse di master regolarmente iscritti/e nell'anno accademico 2019/2020, interessati alla promozione delle tematiche illustrate negli obiettivi del concorso. I partecipanti al concorso potranno organizzarsi in gruppi al massimo di 4 membri.

Obiettivo del piano di comunicazione da promuovere attraverso le proposte di progetto di comunicazione da inviare per partecipare al concorso

L'obiettivo del concorso e quindi delle proposte di progetto da elaborare è quello di far conoscere l'azione della Cooperazione italiana e delle iniziative cofinanziate dal Global Fund per la lotta all'Aids, alla tubercolosi e alla malaria ad almeno 40.000 giovani e studenti universitari di Pavia e di altre università lombarde, all'opinione pubblica e agli stakeholder (AICS, DGCS, OSC, Ministero Salute, ecc) attraverso strumenti mediatici innovativi.

Contenuto del piano di comunicazione e messaggi da produrre attraverso l'elaborazione dei progetti

Partendo dalle iniziative implementate dalla Fondazione AVSI e dalla cooperazione allo sviluppo italiana in campo sanitario in Uganda finalizzate al raggiungimento dell'obiettivo di sostenibilità SDG 3 ed in particolare il sotto-obiettivo 3.3 (porre fine entro il 2030 all'epidemia di AIDS. Tubercolosi, Malaria e malattie tropicali trascurate), i progetti elaborati dovranno illustrare le iniziative in corso, le attività svolte, i risultati e gli obiettivi raggiunti.

Strumenti di comunicazione da realizzare attraverso il concorso

Il concorso è pensato per proporre un "concorso di idee" che dia spazio a creatività, competenze e sensibilità dei partecipanti lasciando massima libertà di iniziativa sugli strumenti da utilizzare per realizzare la campagna di comunicazione che illustri tali attività. A titolo di esempio: realizzazione di un video con storie-interviste, realizzazione di una campagna composta da foto e illustrazioni, realizzazione di una campagna virale con materiale specifico adatto alla condivisione sui social, realizzazione di un video reportage...

Il viaggio premio

Il premio consiste nell'assegnazione di una dotazione finanziaria (2.000 € per persona) per la copertura dei costi per un viaggio-premio in Uganda per la realizzazione del progetto di comunicazione presentato e la successiva promozione / diffusione della campagna di comunicazione proposta nel/i progetto/i dichiarato/i vincente/i. Il viaggio premio in Uganda è previsto per un massimo di due settimane per un numero massimo di due gruppi di 4 persone.

Scadenza del bando e tempi di realizzazione delle fasi del concorso a premi

I progetti degli studenti dovranno essere inviati entro il 31 Marzo 2020. La giuria aggiudicherà i premi ai progetti vincenti entro il 30 Aprile 2020. Il viaggio premio si svolgerà nel periodo tra Luglio e Settembre 2020. La presentazione della campagna di comunicazione realizzata durante il viaggio premio sarà organizzata entro il 30 Ottobre 2020.

La giuria

La selezione dei vincitori sarà rimessa all'insindacabile giudizio della Giuria – composta da 7 esperti del settore selezionati da Fondazione AVSI (3 membri), Università di Pavia (3 membri) e presieduta da un riconosciuto esperto nella comunicazione nominato di concerto fra AVSI e UNIPV, sulla base dei contenuti dei progetti presentati, avendo come principali criteri di valutazione: l'aderenza al tema, l'originalità del progetto, la qualità del progetto, il grado di innovazione contenuto nella proposta e la dimensione degli effetti divulgativi generati dalla campagna di comunicazione oggetto della proposta di progetto.