

*Un concorso e un festival organizzati da una giovane associazione torinese, valorizzeranno gli spot sociali creati dai creativi d'Italia. Parteciparvi è semplice: basta essere under 35! (di [Andrea Sottero](#))*



Come è strano il mondo. Le istituzioni e le varie realtà non profit sul territorio sentono sempre più spesso l'esigenza di fare passare messaggi di carattere sociale al grande pubblico, ma più si sforzano di ideare campagne pubblicitarie ad hoc, più la tendenza sembra quella di non riuscire minimamente a raggiungere i risultati sperati. Di pubblicità progresso ne abbiamo viste tante e di queste alcune molto provocatorie, con le relative polemiche di contorno, ma quasi nessuna, fino ad ora, sembra essere riuscita appieno nell'intento.

Quasi come se il rifiuto all'ascolto fosse determinato dall'inevitabile richiesta allo spettatore di una personale disposizione verso un atteggiamento più serio e responsabile.

Il messaggio sociale, in fondo, è una pubblicità sui generis: quello che cerca di “venderci” non è un prodotto o un servizio, ma il nostro “impegno a impegnarci” in qualcosa. O almeno a dedicare qualche minuto a riflettere seriamente: la cosa più difficile che ci possano chiedere, tartassati come siamo da spot che ci spingono, invogliano e inducono a recepire passivamente qualunque tipo di comunicazione.

La sperimentazione in questo settore è dunque una sfida complessa e stimolante. E visto che il target più difficile da raggiungere sono i giovani, proprio nei giovani con la loro naturale creatività, e la conoscenza diretta del loro mondo, chi si occupa di pubblicità dovrebbe investire al massimo per colmare le proprie lacune comunicative.

Iniziative come “No logo spot”, organizzata dall’associazione torinese Cinetika, costituiscono dunque una doppia opportunità: quella per i partecipanti di mettere in mostra il proprio talento e quella per gli operatori del campo pubblicitario di individuare i soggetti e le idee migliori e più spendibili spendibili, al di là del risultato della giuria.

Il concorso è rivolto ai giovani dai 18 ai 35 anni. Chi vi partecipa dovrà inviare (o consegnare a mano) all’associazione, entro il 15 Gennaio 2009 uno spot che abbia ad oggetto tematiche di carattere sociale o etico, ma comunque assolutamente non commerciali. I video partecipanti devono essere spediti nel formato dvd e non devono superare i 60 secondi di lunghezza.

Al di là dei premi (1000 euro per il video giudicato migliore) tutti i video verranno proiettati durante il Festival dedicato (alla sua prima edizione), che si svolgerà a Torino nella primavera del prossimo anno e che vede nel programma anche una interessante retrospettiva sulle cosiddette pubblicità progresso realizzate in Europa negli ultimi anni.

L’evento quindi, oltre che essere una importante vetrina per partecipanti al concorso, si annuncia davvero interessante anche per il pubblico di appassionati della comunicazione. L’iniziativa viene realizzata grazie al contributo dei partner sponsor, del Segretariato Sociale RAI e dell’OCCS e grazie all’interessamento del Ministero per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive (Pogas)- di cui è stato di recente riaperto e aggiornato il sito internet dopo l’avvicendamento del nuovo Ministro- nell’ambito del progetto “Giovani idee cambiano l’Italia.”