GOAL 2030

Giovani e città per l'Agenda 2030

Una campagna di comunicazione sulla sostenibilità

GOAL 2030: gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile raccontati dai ragazzi e dalle ragazze

All'interno del progetto *Goal 2030 - Giovani e città per l'Agenda 2030*, coordinato dal Comune di Bologna, la Fondazione per l'Innovazione Urbana, in collaborazione con Next Generation Italy e il Comune di San Lazzaro di Savena, lancia un bando per avviare una campagna di comunicazione inclusiva per sensibilizzare la città sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 e, in particolare, sui temi del cambiamento climatico e delle azioni individuali e collettive per contrastarlo.
Il progetto *Goal 2030 - Giovani e città per l'agenda 2030* è finanziato da Shaping Fair Cities, un progetto europeo coordinato dalla Regione Emilia-Romagna.

Il bando è riservato a giovani tra i 16 e i 30 anni e richiede la realizzazione di un video, un'idea grafica e/o una proposta di campagna di comunicazione per i social media.
Le proposte dovranno indicare come si intenderà utilizzare un linguaggio rispettoso delle differenze di genere e capace di raggiungere e coinvolgere anche la popolazione migrante del territorio di riferimento.

La campagna sarà inserita nelle progettualità di *"R-innovare la città"*, progetto promosso da Fondazione per l'Innovazione Urbana e Comune di Bologna, per supportare l'attivazione delle competenze diffuse sul territorio cittadino in risposta agli effetti socio-economici della crisi in atto.

Il bando sarà aperto da venerdì 22 maggio 2020 a giovedì 25 giugno 2020 alle ore 12.

I materiali ricevuti verranno valutati da una commissione composta da rappresentanti della Fondazione per l'Innovazione Urbana, del Comune di Bologna e dei partner del progetto GOAL 2030.

Obiettivo generale della campagna

La campagna di comunicazione, come da obiettivi del progetto, dovrà sensibilizzare la cittadinanza per una maggiore comprensione critica dell'Agenda 2030 e sui seguenti Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (OSS):

- **UGUAGLIANZA DI GENERE** - Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze (OSS 5);
- **CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI** - Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili (OSS 11);
- **AGIRE PER IL CLIMA** - Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico (OSS 13);
- **PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI** - Promuovere società pacifiche e inclusive per uno sviluppo sostenibile (OSS 16);
- **PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI** - Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile (OSS 17).

Attraverso questo bando, verrà selezionata una idea di campagna di comunicazione digitale, con un video e/o grafiche che verranno diffuse attraverso i canali di comunicazione dei partner di progetto successivamente alla chiusura del bando.

Temi e contenuti della campagna

Le proposte dovranno concorrere a sensibilizzare la cittadinanza sui temi dei cambiamenti climatici e degli stili di vita sostenibili, tenendo presente come elemento qualificante il linguaggio di genere e il raggiungimento della popolazione migrante, nonché la promozione di buone pratiche.
In linea con gli obiettivi del progetto, la campagna sarà valutata anche in base alla capacità di saper valorizzare le storie dei tanti cittadini e comunità bolognesi che stanno dimostrando, anche nell'attuale contesto di crisi socio-economica dovuta all'emergenza Covid-19, un forte senso di responsabilità e grande attivismo. Si stanno diffondendo iniziative di aiuto e sostegno agli anziani, alle famiglie, ai bambini, agli adolescenti, ai migranti; corsi, lezioni, doposcuola e laboratori; applicazioni, piattaforme e servizi digitali per permettere di coordinare iniziative di volontariato, lavoro in smart-working, di supporto a genitori, lavoratori o di altre attività e comunità sul territorio; servizi di cura, di supporto psicologico e relazionale per le fasce più fragili della popolazione, per elencare alcuni esempi concreti. Questi esempi possono essere certamente letti in chiave Agenda 2030 e considerati all'interno del più generale impegno del Comune di Bologna per localizzare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

Destinatari

I destinatari del bando interpretano la sostenibilità come una sfida etica e vogliono promuovere una campagna di comunicazione inclusiva.

Il bando si rivolge a singoli riuniti in gruppi di minimo 3 persone, ad associazioni o a soggetti riuniti in formazioni sociali, anche di natura imprenditoriale non a scopo di lucro; in particolare a quelle realtà che si impegnano attivamente sui temi dell'accessibilità, della sostenibilità, della tecnologia e in generale della cura dei beni comuni urbani, materiali o immateriali.

In caso di partecipazione di gruppi informali, è richiesto di nominare un referente delegato dai partecipanti al gruppo. In caso di associazioni, per partecipare è richiesto che almeno un componente del gruppo abbia meno di 30 anni. È considerato elemento premiante ai fini dei criteri di valutazione avere all'interno del gruppo più persone di età inferiore ai 30 anni.

Webinar formativi e workshop

Durante il periodo di apertura del bando, i partecipanti avranno la possibilità di partecipare a webinar formativi, organizzati con l'obiettivo di supportare i candidati con percorsi di affiancamento e momenti di approfondimento più frontali.

Il programma:

- **1° modulo: 8 giugno 2020, ore 9.45-13.00**
  Design ThinkGreen
  a cura di Raffaella Gueze (Settore Ambiente, Comune di Bologna), Rossella Monopoli, Pietro Ceciarini, Massimo Weigert, Isabella Rubbini e con la collaborazione di REMIDA-Bologna Terre d'Acqua.
  Attraverso approcci tipici del Design Thinking sul tema dei cambiamenti climatici, delle tematiche ambientali e delle buone pratiche sui comportamenti sostenibili, si utilizzeranno modalità learning-by-virtual-doing per esplorare nuovi strumenti di lavoro in maniera interattiva.

- **2° modulo: 12 e il 19 giugno 2020 ore 11.00-13.00**
a cura di Giovanna Cosenza, Università di Bologna
12 giugno: Costruire una campagna di comunicazione digitale inclusiva, gender-sensitive e innovativa. I trucchi del mestiere
19 giugno: Costruire una campagna di comunicazione digitale inclusiva, gender-sensitive e innovativa. Le trappole da evitare

- **3° modulo: 18 giugno 2020**
ore 10.00-11.30: Scrivere e farsi capire: la semplificazione del linguaggio
a cura di Fabrizia Petrei, Fondazione per l'Innovazione Urbana
A partire dal concetto di accessibilità informativa e culturale, si esploreranno le principali caratteristiche di un testo scritto in modo semplificato, cioè chiaro e accessibile a tutti.
ore 11.30-13.00: L'osservazione partecipante all'interno delle campagne di comunicazione e marketing digitali
a cura di Margherita Caprilli, Fondazione per l'Innovazione Urbana
Si analizzeranno alcuni esempi di campagne di comunicazione multimediale con una particolare attenzione all'elemento visivo e fotografico.

Per partecipare ai moduli formativi, sarà necessario iscriversi compilando il modulo online.
La partecipazione sarà elemento premiante ai fini dei criteri di valutazione.

Durante tutto il periodo del bando saranno a disposizione dei tutor a supporto dei partecipanti.
Potranno essere contattati alla seguente mail:
andreamassimo.murari@fondazioneinnovazioneurbana.it

Premio
4.000 €

Come partecipare
Iscrizione, scadenze e criteri di selezione

La proposta deve essere inviata entro le ore 12 di giovedì 25 giugno 2020 compilando il modulo disponibile online sul sito della Fondazione per l'Innovazione Urbana.

Ogni gruppo potrà inviare:

- titolo e descrizione della campagna di comunicazione;
- un video di max 5 minuti che dovrà essere pubblicato su un canale Youtube e Vimeo (possibilmente su Youtube con formato H.264 Youtube 1080p HD o H.264 e Vimeo con formato 1080p HD);
- una grafica di riferimento per il lancio declinata in formati adatti ai social (post FB ed evento FB in formato .png).

I gruppi potranno scegliere di creare una campagna solo con un video o solo con una grafica: in questi casi, verrà premiato il miglior video con massimo 3.000€ e la miglior grafica con massimo 1.000€.
I gruppi che manderanno video e grafica, potranno essere premiati con massimo 4.000€.

Le proposte dovranno essere realizzate con licenza creative commons che permette la possibilità di diffusione non a fini commerciali. In caso di vittoria, si richiederanno se possibile i relativi file aperti in Illustrator (o Indesign) in modo da poterli declinare.

La Commissione valuterà le proposte in base ai requisiti espressi in questo bando e ai seguenti criteri:

-
- • Valore innovativo [massimo 15 punti]
- • Valore al linguaggio di genere [massimo 20 punti]
- • Valore all'età del team [massimo 20 punti]

- • Attinenza agli Obiettivi di Sviluppo sostenibile
  - — OSS 5. UGUAGLIANZA DI GENERE - Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze; [da 1 a 8 punti]
  - — OSS 11. CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI - Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili; [da 1 a 5 punti]
  - — OSS 13. AGIRE PER IL CLIMA - Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico; [da 1 a 7 punti]
  - — OSS 16. PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI - Promuovere società pacifiche e inclusive per uno sviluppo sostenibile; [da 1 a 5 punti]
  - — OSS 17. PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI - Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile; [da 1 a 5 punti]
- • Elemento premiante sarà la capacità di diffusione attraverso i propri canali social [massimo 5 punti]
- • Partecipazione ai webinar formativi:
  - — partecipazione a uno dei tre moduli formativi [massimo 3 punti];
  - — partecipazione a due dei tre moduli formativi [massimo 5 punti];
  - — partecipazione a tutti e tre i moduli formativi [massimo 10 punti];

I risultati saranno pubblicati sul sito della Fondazione per l'Innovazione Urbana e comunicati via email entro la seconda settimana di luglio.

Per maggiori informazioni:
info@fondazioneinnovazioneurbana.it