



# Lilliput

il villaggio creativo

## Regolamento

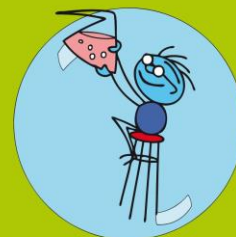
### IO SOCIAL, TU?

Il Festival delle PUBBLICITA' SOCIALI dedicato a bambini e ragazzi

## ROSSO SORRISO: LA MERAVIGLIA DEL DONO

ASSOCIAZIONE VOLONTARI ITALIANI SANGUE

**AVIS** Provinciale  
Bergamo



Come? Facile: gira un video per raccontare l'importanza del dono, la solidarietà e l'altruismo, tramite un racconto, un'intervista, un reportage, un dipinto, una scultura o una canzone. Puoi realizzarlo con la tua classe o insieme alla famiglia o con la tua associazione! \*

I tre migliori elaborati saranno premiati dalla giuria di  
**FONDAZIONE PUBBLICITA' PROGRESSO**  
durante il salone educativo per l'infanzia **LILLIPUT, IL VILLAGGIO CREATIVO**

*Da sempre, Avis è impegnata nel mondo della scuola per contribuire al processo di formazione di una coscienza solidale, attraverso la diffusione e la sperimentazione dei valori della solidarietà e del dono. Grazie alla capillare presenza sul territorio, Avis è riconosciuta dal MIUR e non solo, come una risorsa educativa spendibile nel sociale e nel mondo della scuola in articolare. Per questo motivo, da sempre, Avis mette a disposizione del mondo della scuola le sue competenze ed esperienze, costruendo progetti e proposte educative che possano contribuire alla formazione di una cittadinanza attiva e sensibile ai valori sociali. In contesto nasce il concorso "ROSSO SORRISO" a LILLIPUT rivolto alle scuole primarie e secondarie di primo grado con l'OBIETTIVO di far raccontare ai bambini la meraviglia del donare, l'importanza del dono, della solidarietà e dell'altruismo. I bambini potranno partecipare al concorso con un breve video (max 3 minuti) facendosi portavoce della bellezza del dono per gli altri.*

## Regolamento contest:

- Devono essere coerenti con gli obiettivi, le finalità e le modalità di Pubblicità Progresso;
- Devono trattare tematiche sociali di rilevante e diffuso richiamo che abbiano un carattere generale. In particolare, le campagne legate ai temi della salute, non devono trattare i sintomi delle malattie per non indurre i cittadini all'autodiagnosi;
- Devono coinvolgere ed invitare i cittadini ad "agire";
- Devono comunicare il messaggio in modo chiaro;
- Il trattamento filmico deve raggiungere un buono standard comunicazionale;
- Devono rispettare tutte le norme del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale IAP, in particolare il Titolo VI Comunicazione sociale Art. 46 – Appelli al pubblico.

Mandaci il video o il link al video all'indirizzo [lilliput@promoberg.it](mailto:lilliput@promoberg.it), lasciandoci i tuoi dati per essere ricontattato. I contenuti meritevoli saranno presentati durante la manifestazione **LILLIPUT, IL VILLAGGIO CREATIVO**, in programma dal 12 al 15 aprile 2018 presso la Fiera di Bergamo, alla presenza dei membri della **Fondazione Pubblicità Progresso**.