

# BND CONTEST 2009

## SESTA EDIZIONE - Immigrato: economico, multiuso, a pronta espulsione

### CHI, COSA E PERCHÈ:

Sabato 29 novembre: la giornata mondiale del non acquisto, 24 ore di moratoria dagli acquisti, in barba alla pubblicità e alle strategie di marketing.

Un'apnea dallo shopping, per svuotare i polmoni dai comportamenti compulsivi dell'acquisto a tutti i costi.

Per l'occasione, i volontari di Insieme nelle Terre di Mezzo, i redattori di Terre di Mezzo e Altreconomia e gli organizzatori della fiera "Fa' la cosa giusta!" lanciano la sesta edizione del Buy Nothing Day Contest, il primo concorso italiano di "anti-pubblicità".

Per creativi che, utilizzando gli strumenti tipici del prodotto pubblicitario, costruiscano immagini capaci di smascherare la seduzione consumistica della pubblicità.

Per quest'anno, abbiamo scelto per il concorso il tema **"Immigrato: economico, multiuso, a pronta espulsione"**.

La nostra società, animata dalla logica del consumo, corre il rischio di considerare gli stranieri solo come lavoratori utili al sistema economico e non come persone che vivono, sperano, sognano e scelgono, esattamente come noi; ingranaggi della macchina produttiva che hanno diritto di rimanere in Italia solo per lavorare. E nel caso di un mancato "funzionamento", come fossero elettrodomestici in garanzia, ne esigiamo la sostituzione pretendendo che tornino ai Paesi d'origine e che, al loro posto, arrivi qualcuno di più giovane, più sano, più efficiente.

Chiediamo ai partecipanti di prendere uno spot, uno slogan, un manifesto pubblicitario e ricomporlo, ribaltarlo, renderlo paradossale, ridicolizzarlo, a partire dalla provocazione del paradosso "immigrato = prodotto di mercato".

La novità di quest'anno è la possibilità di esprimersi con opere su tre filoni creativi, per i quali sarà nominato un vincitore per categoria:

- 1 Il miglior manifesto pubblicitario;**
- 2 Il migliore spot radiofonico;**
- 3 Il migliore spot video.**

### COME PARTECIPARE:

L'invito all'antipubblicità è rivolto a chiunque, singoli, coppie o gruppi: professionisti (art director, copywriter, grafici) o amatori (artisti, creativi e virtuosi della fantasia).

Il concorso è aperto anche agli studenti delle scuole italiane, per la cui partecipazione chiediamo il coinvolgimento di almeno un insegnante.

I vostri capolavori di distruzione in formato digitale di pubblicità devono essere spediti al nostro indirizzo entro il 31 gennaio 2009 (farà fede il timbro postale).

Il recapito da utilizzare è quello di posta elettronica ([bnd@terre.it](mailto:bnd@terre.it)) oppure postale:

"Buy Nothing Day Contest", c/o Terre di mezzo, via Calatafimi 10 - 20122 Milano. Ricordate di comunicare le vostre generalità, i recapiti, una breve presentazione vostra o del gruppo che ha elaborato il lavoro.

**ATTENZIONE:** Per ogni partecipante sarà possibile presentare al massimo tre progetti per ogni filone (in file diversi). Le opere dovranno essere originali e non verranno restituite.

Per il filone **"manifesto pubblicitario"**, vi chiediamo di inviarci elaborati che:

Promosso da



- utilizzino tecniche e linguaggi pubblicitari per promuovere l'antipubblicità;
- riformulino il contenuto o la forma di un manifesto pubblicitario già esistente e riconoscibile oppure ne creino uno nuovo;
- riutilizzino gli elementi base del manifesto originale, ma lo rielaborino creativamente nello slogan o della grafica, rendendo paradossale il significato originale.

Specifiche tecniche: inviare via mail una bassa risoluzione in jpeg (base 500 pixel) o in pdf. Oppure su cd-rom il manifesto in A3, alta risoluzione, formato pdf.

Per il filone **“spotradiofonico”** vi chiediamo di inviarci elaborati che:

- utilizzino tecniche e linguaggi pubblicitari per promuovere l'antipubblicità;
- riformulino il contenuto o la forma di spot radiofonici già esistenti e riconoscibili oppure ne creino uno nuovo;
- riutilizzino gli elementi base degli spot originali ma li rielaborino creativamente nello slogan o nelle musiche, rendendo paradossale il significato originale.

Specifiche tecniche: invio di file mp3, durata massima 30 secondi

Per il filone **“spotvideo”** vi chiediamo di inviarci elaborati che:

- utilizzino tecniche e linguaggi pubblicitari per promuovere l'antipubblicità;
- riformulino il contenuto o la forma di spot televisivi già esistenti e riconoscibili oppure ne creino uno nuovo;
- riutilizzino gli elementi base degli spot originali ma lo rielaborino creativamente nello slogan, nelle immagini o nelle musiche, rendendo paradossale il significato originale.

Specifiche tecniche: mandateci le opere sia su DVD che su miniDV, lunghezza massima di 30 secondi.

## LA SELEZIONE:

La giuria sarà composta in equa proporzione da “esperti di fama” e “profani poco noti ma assai interessati” del mondo della pubblicità e dei diritti degli immigrati: esponenti della società civile e delle istituzioni, del mondo della grafica pubblicitaria, dello spettacolo...ma anche i volontari e i redattori di Terre e Altreconomia, che da sempre promuovono i temi che fanno da sfondo al concorso. Gente che riderà a crepapelle dei vostri spunti più divertenti, ma disposta ad analizzare i lavori a muso duro per individuare in ciascuno il potenziale del messaggio anti-consumistico e anti-razzista.

I vincitori del BND Contest 2009 saranno proclamati in occasione di "Fa' la cosa giusta!" la fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili, organizzata da Terre di mezzo (Milano 13-15 marzo 2009 FieraMilano City pad. 1 e 2). Inoltre, le opere premiate verranno divulgate tramite i mensili Terre e Altreconomia.

I lavori più interessanti saranno esposti a "Fa' la cosa giusta! 2009 - Milano".

Le opere migliori costituiranno inoltre la mostra itinerante “BNDcontest 2009”, che l'organizzazione pubblicherà e metterà a disposizione di chiunque la richieda, al fine di alimentare la cultura dell'anti-consumismo e dell'anti-razzismo.

## NOTA BENE:

Lanciate il sasso e nascondete la mano: i vostri lavori non dovranno contenere loghi, nomi e marchi riconoscibili a causa delle controversie legali che potrebbero nascere.

L'organizzazione si riserva inoltre il diritto di escludere dal concorso opere offensive nei confronti dei migranti e prive di attinenza al tema proposto per l'edizione 2009.

Accettiamo anche lavori da pubblicare con pseudonimo (l'importante che ci mandate le vostre generalità e la richiesta di utilizzo dello pseudonimo).

## INFO E AGGIORNAMENTI SUL CONCORSO:

[www.specialetterre.it](http://www.specialetterre.it) e [www.insiemeneletterredimezzo.splinder.it](http://www.insiemeneletterredimezzo.splinder.it)

Promosso da

