



MOTIVAZIONI PREMIO 2010

Categoria Notiziario Istituzionale

Menzione speciale

Pur sottolineando un impianto troppo tradizionale del notiziario, la giuria apprezza lo sforzo comunicativo dell'amministrazione di dare risalto ai problemi più sentiti dalla cittadinanza attraverso un web Tg interamente realizzato con professionalità interne. La costruzione delle notizie, approfondite dal servizio giornalistico, potrebbe essere complessivamente più sintetica. Evidente lo sforzo di dare spazio equilibrato alle componenti politiche dell'amministrazione.

Comune di Siracusa – “Tg Web Siracusa”

Menzione speciale

Il video si distingue per lo stile sintetico ed essenziale con cui l'amministrazione dà spazio a tematiche interessanti e vicine all'universo giovanile, come il lavoro e l'orientamento professionale, l'educazione stradale e l'uso consapevole del Web. La traccia audio che accompagna i servizi alleggerisce la fruizione e restituisce ritmo a tutto il prodotto.

Provincia di Roma – “Provinz”

Menzione speciale

Questo video rappresenta più un servizio di approfondimento che un notiziario. La giuria assegna, per il secondo anno consecutivo, un riconoscimento a questo ateneo italiano per la qualità della produzione e la continuità di un'esperienza che ha trovato, nella ricerca del linguaggio chiaro e nella costruzione di notizie di effettiva utilità, i suoi punti di forza. Il magazine si distingue per il ricorso a diverse piattaforme di distribuzione per la diffusione dei contenuti.

Università degli studi di Pavia – “Unimag”

Terzo classificato

Il video si caratterizza per una costruzione non convenzionale: è ben bilanciato il livello di approfondimento, espresso nella prima parte, con la rapidità delle notizie. La grafica è accattivante e da subito guida il pubblico tra le belle immagini del territorio. Nella scelta delle notizie emerge una strategia di fondo condivisibile: dare voce a cittadini e imprese, raccogliere la domanda di servizi. Anche per questo l'intervento dei vertici politici è rappresentato come una risposta e quindi supera l'autocelebrazione. Questo riconoscimento, assegnato dalla giuria, sia anche uno stimolo alla ripresa rapida della produzione.

Provincia di Parma - Notiziario “Parma, la tua provincia”

Secondo classificato

Interessante esempio di come la comunicazione audiovisiva delle istituzioni, nella forma del notiziario breve, possa contribuire all'integrazione sociale delle comunità di stranieri in Italia. La giuria premia la capacità di autoproduzione e l'utilizzo della multicanalità della distribuzione di questo notiziario, che nella costruzione delle notizie dimostra di voler superare il localismo e l'autoreferenzialità.

Provincia Autonoma di Trento - Servizio Politiche Sociali ed Abitative – Notiziario “Cinformi News”

Primo classificato

Il notiziario colpisce per il ritmo e la sintesi giornalistica, espressi con linguaggio chiaro e rappresentato in modo non convenzionale e con freschezza dai giovani conduttori. La grafica è curata e facilita l'utente nella ricerca dell'approfondimento.

Comune di Modena – “5 news per 2 minuti”

Categoria Canali Tematici

Menzione speciale

Il prodotto colpisce per l'eleganza della scrittura e per la valenza sociale del contenuto. La giuria attribuisce una menzione speciale ad un'esperienza che tenta di cambiare la rappresentazione sociale di una pratica diffusa tra alcune comunità di migranti. Si consiglia di promuovere la distribuzione di questo cortometraggio sulle reti televisive nazionali, anche proponendo alla Presidenza del Consiglio – Dipartimento per l'Editoria di accedere agli strumenti della comunicazione sociale.

Azienda Ospedaliero Universitaria A. Meyer di Firenze – “Il coraggio di Milga”

Menzione speciale

Interessante esempio di rappresentazione video delle FAQ dei cittadini in tema previdenziale. Apprezzabile lo sforzo sperimentale e la ricerca di un linguaggio chiaro per tradurre contenuti non sempre di immediata comprensione. La giuria riconosce alla costruzione del format la centralità del ricevente del messaggio. I temi affrontati sono costruite in base ad indagini strutturate di customer satisfaction.

Inpdap – “Inpdap Informa”

Menzione speciale

Attraverso sequenze suggestive ed evocative questa amministrazione presenta, con un buon livello di approfondimento ed un uso appropriato delle immagini, il tema delle politiche per la tutela e il recupero del paesaggio. La scelta delle musiche restituisce una certa tranquillità. La giuria assegna una menzione speciale ad una amministrazione che negli anni ha saputo garantire continuità alla produzione audiovisiva anche in situazioni di difficoltà oggettive, puntando sulla comunicazione di servizio anche per rispondere all'emergenza che ha colpito la popolazione.

Regione Abruzzo – “Abruzzo, paesaggi in mutamento”

Terzo classificato

Questo video, pur rappresentato su modelli televisivi di tv tradizionale, colpisce la giuria perché centra in pieno il senso di questa categoria, i Canali Tematici. Sono stati apprezzati la luce ed i colori della prima parte del video, e la costruzione della sigla che mettono subito lo spettatore davanti ai temi dell'ambiente vitale e produttivo del territorio. La multicanalità della diffusione è ben espressa. Gli argomenti sono affrontati con precisione e la ricerca di professionalità e tecnicismo sono tipici dei magazine televisivi.

Provincia di Modena – “A cielo aperto”

Secondo classificato

La giuria premia questo video per la valenza sociale del messaggio. Attraverso la potenza delle immagini e l'essenza evocativa della musica viene esaltata la diversità come valore assoluto e come elemento di crescita del tessuto sociale, economico e culturale del territorio. La prima parte del video colpisce per le inquadrature strette e per il ritmo lento che rafforzano l'impatto emotivo dello spettatore.

Regione Toscana e Sistema Toscana – “Una Toscana nuova e a colori”

Primo classificato

La giuria assegna il primo premio a questo video per aver saputo rappresentare, nella forma dell'audiovisivo, una informazione di approfondimento sullo sviluppo delle attività economiche del territorio. Le schede testuali ed i riferimenti agli strumenti finanziari locali e nazionali sono chiari ma soprattutto utili. La costruzione del messaggio é tanto semplice quanto efficace, anche grazie ai brevi interventi di testimonial comuni che "ce l'hanno fatta". Espresi nella forma di "consigli", vengono in fondo forniti gli elementi principali di un business plan. Complessivamente il video ha ritmo anche grazie a delle scelte di post produzione di tipo evidentemente professionale.

Camera di Commercio di Milano – “Voglio aprire un ristorante”

Categoria Video Promozionale

Menzione speciale

La giuria apprezza particolarmente questo video per la costruzione del messaggio che mixa sapientemente innovazione e tradizione, promuovendo la sperimentazione di percorsi di formazione professionale attraverso l'impiego delle nuove tecnologie. Ne risulta, seppure attraverso una sequenza di immagini non professionali, un messaggio chiaro: l'aggiornamento della PA deve essere un processo continuo e la tecnologia uno strumento di uso comune.

Agenzia delle Entrate – Direzione Centrale del Personale – “Blended Learning”

Menzione speciale

Una menzione viene assegnata a questo video promozionale perché descrive, con un linguaggio chiaro seppure attraverso immagini ed un cast non professionali, una serie di servizi utili al cittadino, promossi dal livello centrale e sperimentalmente calati sul livello locale. Servizi coerenti con la logica di rete interistituzionale promossa da questo Ministero per ridurre i passaggi inutili e la frammentazione degli interlocutori della PA. Attraverso il coinvolgimento attivo delle reti di professionalità ed associazioni anche private, avvicina i servizi al cittadino che li richiede.

Asl di Salerno 2 – “Progetto Reti Amiche”

Menzione speciale

La Giuria assegna una menzione speciale ad un'amministrazione che in questa edizione ha candidato diversi video che colpiscono per il contenuto sociale. Questo filmato si segnala per la tematica affrontata che mette in secondo piano le tecniche utilizzate per rappresentarla. Con la dolcezza delle immagini ed una colonna sonora suggestiva, il video smuove la coscienza e riporta l'attenzione sui valori profondi dell'esistenza. Lodevole il coinvolgimento delle associazioni di volontariato che affiancano il lavoro quotidiano dello staff sanitario contribuendo a migliorare la qualità del servizio pubblico.

Ausl di Cesena – “Spot progetto pediatria a misura di bambino”

Menzione speciale

La giuria assegna una menzione speciale a questo video promozionale per aver saputo raccogliere la sfida lanciata l'anno scorso: rappresentare il servizio di produzione audiovisiva dell'ente. La costruzione delle immagini esprime la dinamicità delle attività di produzione e post produzione, la rapidità delle riunioni di redazione, la velocità della preparazione delle scene e dell'impiego delle attrezzature. Peccato che la rappresentazione audio non abbia lo stesso ritmo. E' apprezzato l'approccio multicanale della diffusione della produzione.

Comune di Pavia – “Mediaweb: la comunicazione multimediale”

Menzione speciale

Lo spot promuove l'ufficio relazioni con il pubblico puntando sul valore delle attività svolte e scegliendo una chiave di rappresentazione originale: l'umanizzazione del servizio stesso. La giuria riconosce la validità sia del concept della campagna pubblicitaria sia del modo di rappresentarlo. L'uomo che si specchia e che parla con il suo alter ego è metaforicamente il cittadino dinanzi all'operatore dello sportello. La professionalità di quest'ultimo è nel trattare ogni pratica come se fosse la propria.

Comune di Siena – “L'Urp ti assomiglia”

Menzione speciale

La giuria ha voluto assegnare una menzione speciale a questo video che in forma di spot ha saputo proporre una soluzione reale, un servizio della PA, al problema dell'evasione fiscale nel settore abitativo. E' stata apprezzata inoltre la collaborazione tra i diversi enti impegnati per attivare il servizio. Complessivamente, il video risulta veloce ed il messaggio raggiunge immediatamente il target principale, i giovani.

Agenzia delle Entrate – Direzione Regionale Emilia Romagna – “Registra il contratto di affitto! Essere in regola non è mai stato così facile”

Menzione speciale

La validità del progetto e la chiarezza del linguaggio con cui viene descritto sono gli elementi che hanno colpito la giuria. L'utilità del servizio e la sua capacità di rispondere ai cittadini in difficoltà meritava una rappresentazione video che auspicabilmente non sarà isolata, per questo ente. La scelta delle immagini potrà migliorare. Sono apprezzati gli inserti grafici che fissano, nel ricevente, i dati salienti.

Inps – “Sportello mobile Inps”

Menzione speciale

La giuria assegna una menzione speciale a questo video per la sintesi e la forza delle immagini. Una rappresentazione significativa dell'azione pubblica che anche fuori dai territori nazionali raggiunge risultati concreti e accompagna lo sviluppo di chi ha meno fortuna di noi. L'uso del testo rafforza, in questo caso, il messaggio. La giuria apprezza il prodotto che, realizzato da personale interno, sa raggiungere il cuore dello spettatore sino a risvegliare l'orgoglio nazionale.

Ministero per gli Affari Esteri – “Cooperazione Italia – Kenia”

Menzione speciale

Il video ha colpito particolarmente la giuria perché la PA candidata propone un uso originale del social network, che diventa strumento essenziale, determinante per la scelta del cast, la tempistica delle riprese, la costruzione delle scene. Il testimonial famoso rafforza il messaggio finale, destinato prevalentemente al pubblico più esigente e critico verso la PA, i giovani. Originale, il video ha ritmo e il messaggio è incisivo. La giuria segnala questa esperienza come un modello utile per molte campagne di sensibilizzazione.

Provincia di Milano – “Non restare immobile. Fai il servizio civile! - Flash mob frozen”

Menzione speciale

In questo video emerge con chiarezza e con l'efficacia delle immagini il messaggio, costruito attraverso una sequenza rassicurante e convincente. Il passaggio da una scena all'altra è pensato e coerente con il servizio promosso. Il finale, con il ritorno alla scena iniziale, trasferisce nel pubblico il senso di unitarietà dell'iniziativa, che non a caso coinvolge tutti i comuni del territorio. La fotografia è di tipo professionale, originale l'uso delle luci e dei colori.

Regione Piemonte – “Wi - Pie si racconta”

Terzo classificato

Il video ha colpito la giuria per l'originalità con cui la presenza dei vertici politici si è messa al servizio del messaggio istituzionale, senza trionfi né formalismi. Anzi, con leggerezza e con il sorriso, attraverso una sequenza che convince anche per la fotografia e per la scelta di musiche che accompagnano con luce e ritmo tutto il filmato.

Provincia di Savona – “Benvenuti a casa tua”

Secondo classificato

Questo video colpisce la giuria per la sintesi e per la costruzione del messaggio. Il servizio espresso deve essere valorizzato, anche replicandolo in altri contesti territoriali: la salute è un valore unico e la comunicazione coordinata delle strutture di servizio può ridurre le preoccupazioni del malato, può alleviare le fatiche dei familiari che gli sono vicino. E' lo sforzo, assolutamente coerente con gli obiettivi di alcuni programmi del Ministero per la PA e l'Innovazione, di offrire una PA unitaria, rapida, interconnessa. La giuria premia questo video per l'efficacia comunicativa, per aver saputo esprimere, con le immagini, la forza dalla gente comune che richiede a voce alta una comunicazione pubblica di utilità.

Azienda Ospedaliera San Paolo di Milano – “La Rete dei Comunicatori Pubblici - In buona salute”

Primo classificato

Il video descrive con la sola forza delle immagini il vasto panorama delle attività istituzionali dell'Ente, che per l'importanza dei servizi erogati in tema di sicurezza e mantenimento dell'ordine ha una rilevanza tutta particolare ed un carattere necessariamente nazionale. La colonna sonora, incalzante, spinge suggestivamente lo spettatore verso una maggiore consapevolezza della "cosa pubblica" e del valore e dell'utilità di tutte le risorse impegnate, anche quelle meno evidenti. La sequenza video valorizza le componenti tecnologiche come elemento utile, se non indispensabile, per le attività ordinarie. La frase conclusiva offre fiducia nello spettatore e convince la giuria.

Ministero dell'Interno, Dipartimento di Pubblica Sicurezza – "C'è più sicurezza insieme"

Categoria Servizi Turistici

Menzione speciale

La giuria assegna una menzione speciale a questo video per la capacità di rappresentare, con ritmo, le opportunità turistiche del territorio. La costruzione del filmato potrebbe essere divisa in due, con una prima parte "riusabile" come spot. Apprezzabile la fotografia e l'uso della grafica animata per accompagnare lo spettatore nel tour, tra storia, cultura, sport, ambiente, enogastronomia. C'è un po' di tutto in questo video, anche il rappresentante politico a cui tocca il difficile compito di chiudere il filmato.

SERVIZIO PROGRAMMAZIONE ED OPERE della Comunità Montana Monti Ernici – "Monti Ernici: Turismo, Cultura, Ambiente e Prodotti Tipici"

Menzione speciale

Il video si segnala per lo sforzo di valorizzare i prodotti tipici. La tradizione e la ricchezza del territorio sono espressi in forma originale ma solo nella prima parte del filmato. La seconda parte non convince pienamente ma rappresenta senz'altro un approfondimento della gastronomia locale promuovendo la filiera corta della produzione che riduce l'impatto ambientale e contiene i costi.

UFFICIO TURISMO della Comunità Montana Mugello – "Buoni, sani, vicini, i prodotti del Mugello"

Menzione speciale

La giuria assegna una menzione speciale a questo video che colpisce per l'uso della luce. Il risultato è un vero e proprio spot di qualità, per le immagini e per la scelta della musica che rendono più veloce il video. Dalla costruzione del messaggio emerge, ed è stata molto apprezzata, la centralità della destagionalizzazione, per rilanciare la domanda turistica in Italia anche fuori dai periodi più affollati.

APT Provincia di Massa Carrara. "La tua vacanza tra spiagge, cave, borghi e castelli"

Menzione speciale

La giuria assegna una menzione speciale a questo video per la scelta di affidare ad un'animazione la promozione turistica del territorio. Le musiche esaltano la scrittura elegante ed originale. L'intensità del video aumenta con il susseguirsi dei fotogrammi. Ben espressi i riferimenti culturali prevalenti del territorio.

SETTORE CULTURA E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO Comunità Montana Valle Camonica – "Camuni"

Menzione speciale

Il video colpisce la giuria perché riesce a trasmettere un'immagine positiva di una regione al centro delle cronache e da sempre associata a problematiche ambientali. Il messaggio è semplice, potente e positivo: esiste un luogo senza inquinamento, dove la natura è protetta e le opere d'arte ben conservate. La scelta della musica restituisce calma e rassicura. La grafica che chiude il video descrive il territorio elegantemente e senza enfasi.

Sistema informativo territoriale Comunità Montana Vallo di Diano. "Vallo di Diano: Area di Paradiso"

Terzo classificato

La giuria assegna il terzo posto a questo video che fonde, con un pizzico di ironia, il mondo reale e quello tradizionale. Cultura, ambiente e storia sono ben bilanciati e la fotografia li restituisce piacevolmente. E' stato apprezzato anche il riferimento alla cinematografia, che potrebbe senz'altro trovare, in quei territori, diverse soluzioni per i set più ricercati e sviluppare domanda turistica.

Regione Puglia – “Puglia scene to explore”

Secondo classificato

In questo video ben si intrecciano magia e realtà, creando nell'osservatore una forte suggestione. I personaggi, colorati e diversi come i territori che ci presentano, sono un “prodotto locale”, così come il maestro che ha composto le musiche, di fama internazionale. Paesaggi, creatività e arte si fondono senza soluzione di continuità. Il risultato è vincente e dona leggerezza al messaggio.

Giunta Regione Marche – “LAND OF MAGIC 2010”

Primo classificato

La giuria assegna il primo premio per la categoria dei video turistici a questo filmato che con la sola forza delle immagini e con una musica seria e rassicurante riesce a giocare sapientemente con le immagini. Attraverso una rappresentazione di luci e di colori che colpisce, il video riesce a mantenere l'essenzialità. L'insieme comunicativo è basato su interrogativi, negazioni e parallelismi. Il risultato porta naturalmente lo spettatore a porsi una unica domanda: perché visitare 12 Paesi diversi se tutto quello che offrono si può trovare in un'unica Regione d'Italia?

Agenzia di Promozione Turistica della Regione Basilicata – “Basilicata in scena”

Categoria Servizi Interattivi

Menzione speciale

La giuria assegna una menzione speciale a questo video che si segnala per la leggerezza e l'ironia. La giuria ha particolarmente apprezzato la qualità video, con inserti grafici ricercati ed un gioco di prospettiva originale. La scelta delle musiche promette ritmo al video che potrebbe tuttavia essere più sintetico. Le animazioni si inseriscono prepotenti nel flusso video, ma senza disturbare. Anzi rendono protagonista la tecnologia. La scelta dei personaggi è pensata e senza sovrastrutture.

Università di Bologna - Ufficio Relazioni con il Pubblico. “La nuova posta elettronica per gli studenti dell'Università di Bologna”

Menzione speciale

La giuria assegna una menzione a questo video, più per la ricchezza dei contenuti del canale promosso e per lo sforzo produttivo informativo e di approfondimento, che per la qualità video ancora da perfezionare. Molto apprezzata la multicanalità offerta alla diffusione dei video, garantita anche dal coinvolgimento di diverse amministrazioni nel progetto.

Azienda Ulss 20 di Verona – Ufficio Stampa. “Digitale terrestre, sito web, plasma”

Menzione speciale

La giuria è colpita dal carattere innovativo del progetto e dalla vasta platea coinvolta in questa prima esperienza, che ha saputo mettere in rete i diversi attori del sistema didattico regionale e i vertici politici ed istituzionali. Apprezzato lo sforzo di bilanciare, con una certa dose di umiltà e con passione, gli interventi in diretta che hanno garantito spontaneità e freschezza al video. Il carattere sperimentale delle tecnologie impiegate poneva dei rischi sul funzionamento della piattaforma ed è giusto assegnare una menzione speciale a chi sa osare per innovare la comunicazione della PA.

ASSESSORATO SCUOLA, FORMAZIONE, UNIVERSITA' E RICERCA, LAVORO, Regione Emilia Romagna – “Una scuola grande come la regione”

Terzo classificato

Questo video esalta la “social media strategy”, che promette la massima diffusione possibile alla comunicazione istituzionale e di servizio. E a costi contenuti. La presenza dell'amministrazione su diversi social network favorisce la partecipazione dei cittadini alle scelte e alle politiche. Purché i feedback siano concretamente analizzati e recepiti. La giuria apprezza il video per il ritmo e per la capacità di sintesi, opportunamente aiutati dalle inserzioni testuali che contestualizzano lo scenario. Molto apprezzata la chiusura del video, che valorizza direttamente le risorse interne impegnate.

Ufficio Stampa della Provincia Autonoma di Trento – “Pat 2.0, Facebook Provincia di Trento”

Secondo Classificato

La giuria assegna il secondo posto per questa categoria ad un video che promuove un'applicazione innovativa per i cellulari di nuova generazione. Senza l'ausilio della voce e attraverso una grafica accattivante, l'ente propone una serie di servizi informativi che promettono ritorni interessanti per il tessuto economico e turistico. La giuria apprezza il coinvolgimento, sin dalla fase di strategia di implementazione del servizio, di diverse amministrazioni locali, così come l'attenzione per il monitoraggio dei feedback degli utenti che scaricano ed utilizzano l'applicazione.

Ufficio Turismo Provincia di Ferrara – “La realtà aumentata delle emozioni tipiche garantite dalla Provincia di Ferrara”

Primo classificato

Il video, senza l'ausilio della voce, promuove un interessante servizio di video sharing. Una piattaforma da approfondire, che con semplici click permette a tutte le PA, e non solo, di avere un proprio canale video. I cittadini si pongono al centro del servizio, partecipando direttamente con contenuti autoprodotti. La giuria premia il servizio più che la sua rappresentazione, che comunque si fa apprezzare per la sintesi e la costruzione nella forma di spot. La giuria propone a questo Ministero di seguire il vincitore qualora venga avviata una sperimentazione che coinvolga tutte le PA del territorio.

UFFICIO E-GOVERNMENT E SOCIETA' DELL'INFORMAZIONE Regione Veneto – “Clip Tv-Veneto Channel”

