



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



Riservato ai singoli o gruppi di cittadini maggiorenni, video maker, creativi, universitari, innovatori, appassionati o esperti digitali.

Regolamento

Art. 1 – Contest

Nell'ambito dell'iniziativa **URBAN NATURE** (http://www.wwf.it/urban_nature.cfm) di **WWF Italia Onlus** è indetto il **Video Contest Nazionale** dal titolo **Urban Nature, il Videocontest che premia il valore della Natura nelle nostre città**, riservato a singoli o gruppi di cittadini maggiorenni, video maker, creativi, universitari, innovatori e appassionati o esperti digitali **per l'ideazione e la produzione di elaborati multimediali, Video e Spot originali** ad uso televisivo e per la diffusione via internet.

Per partecipare è **obbligatorio** essere maggiorenni e presentare il **Modulo di Partecipazione** al Contest (**allegato A con la relativa modulistica sulla privacy, vd. allegato A1 per maggiorenni e A2 per minorenni**) entro il **10 settembre 2018**.

Art. 2 - Finalità e tema

La finalità di questo contest è quella di interrogarsi sulla nostra percezione e il rapporto con la Natura nelle città, di **scoprire e approfondirne la nostra conoscenza** e soprattutto di far sì che questa conoscenza si tramuti in un **impegno concreto nel far conoscere e comunicare il valore della Natura nei contesti urbani e periurbani**. Si vive meglio in una città ricca di zone verdi accessibili? Cosa significa la Natura per te, per un bambino, per un ragazzo, per una mamma o un papà, per le comunità migranti, etc? Hai mai sentito parlare di *deficit* di Natura? E' possibile migliorare e/o aumentare il nostro spazio verde in città? Come? Raccontandoci o proponendoci interventi e iniziative che aumentino la presenza della natura cittadina (alberi, siepi, prati ma anche aiuole, terrazzi, etc), che favoriscano lo spazio dedicato alla biodiversità e/o alla socialità (parchi urbani, orti urbani e giardini condivisi, ecc.) e ne migliorino la qualità e funzionalità ecologica (reti ecologiche, etc), diventando così anche più accoglienti per la fauna selvatica. Azioni quindi che arricchiscano la presenza della varietà della vita nelle nostre città. Saremo proprio noi a beneficiarne per primi.



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



I vostri video saranno lo strumento per far conoscere il valore della Natura nelle nostre città, rendendovi protagonisti di questa importante mission. Sebbene spesso percepite come un ambiente del tutto artificiale, in realtà le nostre città racchiudono una biodiversità inaspettatamente ricca.

La Natura negli spazi cittadini si nasconde ovunque, non solo nei parchi urbani, ma anche nelle piazze, nei giardini delle scuole, sui ruderi o sui tetti delle stazioni, nei giardini condivisi fino al balcone di casa. La fauna degli spazi urbani è ricchissima: dai rondoni, grandi mangiatori di insetti, ai falchi come il gheppio o il falco pellegrino, e poi volpi, scoiattoli, ricci, pipistrelli, farfalle e coccinelle.

Un vero e proprio caleidoscopio di animali cittadini che beneficiano di spazi verdi o di piccoli anfratti nascosti. Ma la biodiversità delle città è soprattutto legata alla vegetazione presente, alberi e arbusti, persino alberi monumentali, che rigenerano ogni giorno l'aria che respiriamo. La Natura nei contesti urbani e periurbani aumenta inoltre la capacità di resilienza dei territori.

Il numero di persone che vive in città è in continuo aumento: nel 2009 la quota della popolazione mondiale residente nelle aree urbane ha superato la soglia del 50% e le previsioni indicano che entro il 2050 le città ospiteranno oltre il 70% della popolazione complessiva. Secondo i dati Istat (2016) il verde urbano rappresentava nel 2014 il 2,7% del territorio dei capoluoghi di provincia. **Ogni abitante ha a disposizione, in media, 31 metri quadrati di verde urbano**, ma nella metà delle città italiane (60% della popolazione urbana) tale estensione è molto più contenuta (inferiore a 20 metri quadrati) e in 19 città (per 2,2 milioni di cittadini) non raggiunge la soglia dei 9 metri quadrati obbligatori per legge.

Per approfondimenti/spunti e in preparazione della partecipazione al Contest: Report La Natura in città, Report 2017, al seguente indirizzo:

http://assets.wwf.it/panda.org/downloads/report_urban_nature_finale_nov.pdf

Art. 3 - Destinatari

Singoli o gruppi di cittadini, video maker, creativi, innovatori, universitari, appassionati o esperti digitali. Il contest nazionale è aperto a tutti gli italiani e stranieri che abbiano compiuto i **18 anni di età**, la partecipazione può essere **singola o di gruppo** (a nome di un solo referente). La partecipazione al contest è **completamente gratuita** e non vi sono quindi costi di iscrizione o obblighi di tesseramento all'Associazione organizzatrice.



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



Art. 4 - Materiali da produrre e inviare per la partecipazione:

Entro il 10 settembre 2018

- **Spot o Video sulle tematiche proposte dal bando**
- **Modulo di Partecipazione - Allegato A**
- **ALLEGATO A1 e A2** (Informativa e consenso trattamento dati dei maggiorenni e/o minori eventualmente ripresi nel video/spot)

Tipologia degli elaborati multimediali ammessi:

- **SPOT**
Durata degli spot: **da un minimo di 15 a un massimo di 60 secondi** (esclusi titoli e sigle).
- **VIDEO: DOCUMENTARIO o INCHIESTA TELEVISIVA**
Durata dei video: **da 2 a un massimo di 5 minuti** (esclusi titoli e sigle).

N.B. MUSICHE UTILIZZATE nei Video/Spot:

Al fine del libero utilizzo sul web degli elaborati multimediali l'autore/i dovrà inserire esclusivamente musiche libere da ogni diritto di autore. Di conseguenza i brani musicali utilizzati potranno essere:

- musiche originali create dai partecipanti o da loro amici e/o parenti (con rilascio di diritti di utilizzo al WWF);
- musiche prive di diritti di autore provenienti da internet negli appositi siti online;
- musiche con diritti di autore provenienti da internet negli appositi siti online, delle quali l'autore/i sia titolare dei diritti di uso.



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



Caratteristiche tecniche degli elaborati multimediali ammessi

Suggeriamo di inviare gli elaborati nella loro **massima risoluzione** al fine di valorizzare la qualità multimediale e consentire una valutazione realistica e qualitativa da parte della commissione di valutazione. Di seguito i **formati ammessi** per gli elaborati multimediali:

Formati accettati: **.mov .mp4** Dimensioni: **1920 x 1080** o **maggiori** [formato standard 16:9]

Strumenti: qualora i video vengano effettuati con **cellulari**, importante è usarli in modalità **orizzontale/landscape**.

Peso file video: **50 MB** ~ **1 minuto di ripresa** circa [req. minimo]

Pur avendo la stessa finalità (v. art 1, 2), i due strumenti (video e spot) sono tecnicamente diversi:

SPOT: Lo spot è tradizionalmente uno strumento che si usa per **comunicare un'informazione specifica**. Nella maggior parte dei casi è utilizzato per pubblicizzare prodotti commerciali. Negli ultimi anni, anche gli Enti pubblici hanno scelto questo strumento di comunicazione per sensibilizzare l'opinione pubblica su tematiche di interesse sociale e di grande attualità. Lo spot ha infatti lo scopo di far arrivare rapidamente allo spettatore un **messaggio ben preciso**. Breve, incisivo, può essere esplicito e fornire informazioni sull'argomento trattato, ma anche allusivo, ironico, dirompente; può fare leva sulle emozioni, prevedere testi o anche solo musica e immagini. Lo spot, a differenza di un documentario, non è uno strumento particolarmente adatto per "fotografare" in maniera oggettiva una situazione, ma può invece **esprimere un punto di vista**, proporre una tesi e/o trasmettere un messaggio. Nella fase di progettazione dell'elaborato, è bene dunque interrogarsi su quali argomentazioni e/o scene possano **colpire l'interesse dello spettatore**, per indurlo a riflettere e a recepire il messaggio dello spot. Si consiglia di fare particolare attenzione all'uso delle immagini, che devono aiutare lo spettatore a comprendere in pochi secondi l'ambiente, il ruolo dei personaggi e l'oggetto del messaggio.

VIDEO DOCUMENTARIO / INCHIESTA TELEVISIVA: Il video "documentario" ha un approccio di tipo descrittivo e intende fornire al pubblico informazioni utili e interessanti sui temi trattati. Per realizzare un buon prodotto, è indispensabile uno **studio approfondito** sulla realtà da descrivere. Inoltre bisogna definire obiettivi e impostazione del filmato, va costruita la scaletta, che scandisce i vari passaggi del video. Quindi si passa alle riprese. Il racconto è sostanzialmente affidato alle immagini, che però possono essere supportate da una voce fuori campo e dall'intervento in video di una o più persone. L'inchiesta televisiva, costruita sull'esempio di un **reportage giornalistico**, presuppone un'indagine approfondita dei fatti da descrivere, ampia documentazione, controllo delle fonti e una "tesi", o anche una **proposta**, che dovrà emergere dal filmato. Possono essere trattate come inchieste esperienze vissute dagli stessi studenti come protagonista o spettatore di fatti od eventi inerenti gli argomenti indicati. La presenza di un "giornalista" oppure di uno studente che si presti a svolgere questo ruolo può essere utile per raccordare le diverse sezioni dell'inchiesta e per gestire le interviste.



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



Art. 5 - Tracce suggerite

- L'importanza della Natura in città; Cittadinanza attiva (le azioni dei cittadini e delle comunità, delle Scuole per ri-appropriarsi della Natura e degli spazi più vivibili); Facciamo nuovo spazio alla biodiversità urbana (un parco urbano, spazi dismessi, giardini scolastici, "infrastrutture verdi", etc).
- Noi siamo Natura; La Natura come strumento di trasmissione dei corretti stili di vita;
- L'aumento della Natura in città come strumento di resilienza ai cambiamenti climatici;
- Città e alimentazione (orti urbani, giardini condivisi, agro-ecologia, etc); Città diversa e bio-diversa per l'accoglienza; La Natura crea nuove comunità; La Natura è innovazione.
- Alla scoperta della biodiversità in città; La *Scienza dei Cittadini (Citizen Science)*; La Natura in città nella nostra cultura (vita, storia, miti e leggende, tradizioni, usi e costumi, etnobotanica); Cosa significa la Natura in città per un cittadino, per un bambino, per una mamma o un papà, per un migrante, etc? Animali e piante di città La scoperta della Natura in città; Le città resilienti e generose; La convivenza con la Natura in città: problemi e opportunità.

Art. 6 – Tempistiche, modalità di partecipazione e invio

Tutti gli allegati sono sempre scaricabili on line sul sito: http://www.wwf.it/urban_nature.cfm o da richiedere via email all'indirizzo promozioneurban_nature@wwf.it

SCADENZA PER LA PRESENTAZIONE DEGLI ELABORATI : entro il 10 settembre 2018

- ALLEGATO A - MODULO DI PARTECIPAZIONE
- ALLEGATO A1 e A2 (Informativa e consenso trattamento dati dei maggiorenni e/o minori eventualmente ripresi nel video/spot)
- SPOT O VIDEO

MODALITA' DI INVIO (video o spot) e del Modulo di partecipazione (Allegati A, A1 e A2): in linea con una filosofia di eco-sostenibilità e rispetto per l'ambiente, gli elaborati multimediali e la documentazione dovranno essere inviati a mezzo We-transfer all'indirizzo mail: promozioneurban_nature@wwf.it.

Per info sulle modalità di invio a mezzo Wetransfer, seguire il link: www.wetransfer.com



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



Comunicazione di avvenuta selezione: entro il 30 settembre 2018

Sarà data comunicazione sull'esito del Video Contest sul sito internet:

http://www.wwf.it/urban_nature.cfm

Art. 7 – Commissione e criteri di valutazione

La **Commissione di valutazione** (composta da esperti WWF, giornalisti, esperti di comunicazione, rappresentanti di enti e istituzioni nazionali partner dell'iniziativa) selezionerà, tra tutti gli elaborati ricevuti nei termini indicati dal presente Regolamento, **20 video o spot finalisti** tra i quali verranno scelti i **3 video o spot vincitori**.

Criteri di valutazione: Oltre al rispetto delle condizioni generali riportate nel Regolamento e delle finalità dei video o spot, si terrà conto dei seguenti criteri; coerenza con le tematiche proposte; originalità e creatività; livello di multimedialità e di innovazione; correttezza lessicale e linguistica dei contenuti e possibilità di utilizzo dell'elaborato per campagne di sensibilizzazione istituzionali di varia natura.

Tutti i partecipanti devono attenersi alla normativa europea in materia di copyright: gli elaborati inviati per la partecipazione al Contest non devono contenere affermazioni, fatti, informazioni o citazioni che possano nuocere o danneggiare persone o gruppi di persone né altresì incorragino il crimine o l'infrazione della legge.

Art. 8 – Opportunità, premi e premiazione

Opportunità per tutte i partecipanti: l'atto di invio dell'elaborato (video o spot e Modulo di partecipazione, vd. art. 6, Allegati A, A1 e A2) offre l'opportunità di entrare a **far parte della community Urban Nature WWF**, permettendo di **partecipare alle attività** che verranno organizzate durante l'evento nazionale **Urban Nature 2018** (30 settembre 2018) nella città di residenza o nella città limitrofa più grande.

PREMI :

- Saranno selezionati tra tutti gli elaborati pervenuti **20 video o spot finalisti a cui sarà data visibilità sul sito WWF e i canali social, entrando a far parte della Campagna di promozione Urban Nature e rendendo così protagonisti gli Autori.**
- **Tra questi 20 elaborati finalisti, verranno decretati i tre vincitori assoluti.**



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



I **3 video o spot** vincitori, oltre ad essere pubblicati in home page sul sito Urban Nature e sui canali social di WWF, saranno valorizzati nella giornata nazionale **Urban Nature il 30 settembre 2018**, durante gli eventi Nazionali organizzati sul territorio.

Art. 9 – Dichiarazioni, Informative privacy e Garanzie

Partecipando al Contest (vd. **Allegati A, A1 e A2**),

- a) Si accetta incondizionatamente il presente Regolamento e si manleva il WWF Italia, mantenendolo indenne da qualsiasi pretesa e/o azione di terzi.
- b) Si autorizza il WWF Italia a pubblicare il materiale inviato ai fini della partecipazione al Contest e a renderlo fruibile al pubblico.

Tale facoltà è concessa a titolo gratuito, senza limite di tempo e senza avere nulla a pretendere. Sarà inoltre tenuto a risarcire l'Associazione da qualsiasi conseguenza pregiudizievole che dovesse subire in conseguenza della violazione di quanto dichiarato, ivi incluse eventuali spese legali anche di carattere stragiudiziale. L'Associazione non sarà dunque responsabile per eventuali pretese e/o azioni di terzi tra cui, a titolo esemplificativo e non esaustivo, richieste di risarcimento o lamentele per **violazione di diritti d'autore e/o d'immagine e/o di musiche e per danni relativi al contenuto dei video o spot**.

Per partecipare al Contest i singoli cittadini o gruppi dovranno sottoscrivere e inviare al WWF Italia l'**Allegato A1** (Informativa e consenso per il trattamento dei dati personali). L'Allegato A1 dovrà essere sottoscritto e inviato anche da **altri eventuali soggetti maggiorenni** che compaiano nel video/spot.

Per **ciascuno dei minori** che comparirà nei video/spot dovrà essere inviato al WWF Italia l'**Allegato A2** (Informativa e consenso per il trattamento dei dati personali dei minori), debitamente compilato e sottoscritto dagli esercenti la potestà genitoriale.

Art. 10 – Disposizioni Generali

L'Associazione si riserva il diritto di modificare e/o abolire in ogni momento le condizioni e le procedure aventi oggetto il presente Contest prima della data della sua conclusione. In tal caso l'Associazione provvederà a dare adeguata comunicazione.



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



Roma, 1 marzo 2018

CONTATTI

WWF Italia - Contest Urban Nature

E- MAIL promozioneurban_nature@wwf.it sito http://www.wwf.it/urban_nature.cfm

Via Po, 25/c Roma TEL. 06.84497395

Katia Rossi 335.5482934

WWF Italia Sede Nazionale

Via Po, 25/c 00198 Roma

Registrato come: WWF Italia
Via Po, 25/c 00198 Roma

Cod.Fisc. 80078430586 P.IVA IT 02121111005

Tel: 06844971 Fax: 0684497365

segreteria@wwf.it sito: www.wwf.it

Ente morale riconosciuto con D.P.R. n.493 del 4.4.74.

Schedario Anagrafe Naz.le Ricerche N. H 1890ADZ.

ONLUS in base al D.Lgs 4 dicembre1997, n. 460



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



ALLEGATO A: MODULO DI PARTECIPAZIONE al VIDEOCONTEST

DA INVIARE ENTRO IL 10 SETTEMBRE 2018 CON IL VIDEO / SPOT

L'invio del Video o dello Spot per la partecipazione al Contest prevede la seguente modulistica che dovrà essere **compilata in tutte le sue parti e firmata** per ciascun elaborato presentato e inviata alla Segreteria Organizzativa, all'indirizzo email: promozioneurban_nature@wwf.it via **we-transfer** entro il **10 settembre 2018**.

Per informazioni e supporto alla compilazione dei documenti per la partecipazione: scrivere a promozioneurban_nature@wwf.it o telefonare al numero: **06.84497395** (dal lunedì al venerdì mattina, dalle 9.30 alle 12.30). Per contatti: Katia Rossi Cell. 335.5482934.

1. Scheda anagrafica dell'autore / o del referente del gruppo partecipante

Nome Cognome.....

Indirizzo di residenza.....

Città..... Provincia..... CAP.....

Telefono..... e-mail.....

Pagina Facebook e/o sito internet.....

2. Scheda di presentazione dell'elaborato multimediale (video o spot)

TITOLO ELABORATO (Video o Spot):

In base al minutaggio del vostro elaborato multimediale, contrassegnare con una "X" nell'apposito spazio sottostante. Se ci sono dubbi basterà consultare il Regolamento del Contest dove sono pubblicati i criteri di ammissibilità, i relativi minutaggi e caratteristiche ai quali l'elaborato deve attenersi (vd. art. 5). VIDEO SPOT

DESCRIZIONE ELABORATO DIGITALE (Descrivere sinteticamente il messaggio e l'oggetto dell'elaborato digitale)



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



3. Scheda di presentazione Colonna Sonora elaborato digitale

Si prega di elencare tutti i brani musicali utilizzati per la produzione degli elaborati per i quali si garantisce il rispetto delle condizioni indicate nel Regolamento del Contest.

Titolo brano.....
Autore.....
Casa discografica / distribuzione.....
Minutaggio utilizzato (*durata del Video o dello Spot*).....

4. Autorizzazione all'uso divulgativo dell'elaborato digitale

Il sottoscritto,.....Autore (o referente del gruppo partecipante) del video/spot autorizza (a titolo gratuito) gli organizzatori del Contest (WWF Italia) Video e Spot in gara: **Urban Nature – il video contest che premia il valore della natura nelle nostre città** all'uso divulgativo, tramite televisione, internet o eventi, il video o spot dal titolo “ _____ ” realizzato per la partecipazione al Contest stesso.

Firma _____

Luogo.....Data_____

Sezione riservata, da compilarsi a cura della Segreteria Organizzativa:

N. di protocollo :

Titolo del video/spot

AUTORECittà.....

Data di spedizione.....Data di ricezione

CONTATTI WWF Italia - Contest Urban Nature

E- MAIL promozioneurban_nature@wwf.it sito http://www.wwf.it/urban_nature.cfm

Via Po, 25/c Roma TEL. 06.84497395 Katia Rossi 335.5482934



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



ALLEGATO A1 - INFORMATIVA E CONSENSO PER IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI (MAGGIORENNI)

WWF Italia Onlus, con sede legale in Via Po 25/c, 00198 Roma (in seguito, “**Titolare**”), in qualità di titolare del trattamento, Le rende la presente informativa ai sensi dell’art. 13 D.Lgs. 30.6.2003 n. 196 (in seguito, “**Codice a tutela dei dati personali**” o “**Codice**”) e dell’art.13 Regolamento UE n. 2016/679 (in seguito, “**GDPR**”).

1. Oggetto del Trattamento

Il Titolare tratterà i suoi dati personali (nome, cognome, e-mail, numero di cellulare, la sua immagine in forma fotografica o in forma di ripresa audiovisiva, che potrà includere o meno anche la sua voce in seguito detti anche “dati personali” o anche “dati”) da Lei comunicati in occasione della partecipazione, nella sua qualità di Autore o altro soggetto maggiorenne eventualmente ripreso nei video/spot, all’iniziativa denominata Contest Nazionale **Urban Nature - Il Video Contest che premia il valore della natura nelle nostre città** di seguito **Contest nazionale Urban Nature**, riservato ai singoli o gruppi di cittadini maggiorenni, video maker, creativi, universitari, innovatori, appassionati o esperti digitali per l’ideazione e la produzione di elaborati multimediali, Video e Spot originali a uso televisivo e per la diffusione via internet, finalizzati alla promozione del valore della Natura in città (e documenti di partecipazione, vd. Regolamento).

L’elenco aggiornato dei responsabili del trattamento è custodito presso la sede legale del Titolare del trattamento.

2. Finalità del trattamento e natura del conferimento

I Suoi dati personali sono trattati per le seguenti Finalità:

- a) gestire la sua partecipazione al Contest Nazionale **Urban Nature**;
- b) utilizzare, diffondere e pubblicare tramite il canale Internet (World Wide Web) la sua immagine in forma fotografica e/o in forma di ripresa audiovisiva (che potrà includere o meno anche la sua voce) da parte di WWF Italia Onlus (nel caso sia inclusa nel video/spot);
- c) inviarLe newsletter, comunicazioni e/o materiale promozionale, via e-mail e/o sms e/o, anche relativo a iniziative di WWF Italia, ad esempio per la raccolta di fondi, nonché inviti a partecipare a eventi organizzati da WWF Italia.

Il conferimento dei suoi dati è facoltativo: per la finalità di cui alla lettera a) è implicito nella sua manifestazione di volontà di partecipare al Contest Nazionale Urban Nature, mentre per le finalità di cui alle lettere b) e c), le chiederemo, a valle della presente informativa, di esprimere, se lo riterrà, il suo consenso.



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



3. Modalità di trattamento

Il trattamento dei Suoi dati personali è realizzato nel rispetto del quadro normativo, italiano ed europeo, a tutela dei dati personali. I Suoi dati personali sono sottoposti a trattamento sia cartaceo sia elettronico e/o automatizzato.

WWF Italia tratterà i suoi dati personali per il tempo necessario per adempiere alle finalità di cui sopra e comunque non oltre 10 anni dall'invio, da parte sua, delle informazioni in relazione alla partecipazione al Contest Nazionale **Urban Nature**, oppure sino al momento in cui lei decidesse di esercitare il diritto di chiedere la cancellazione delle stesse, salvo naturalmente che non si riveli necessario per adempiere ad un obbligo previsto dalla legge, da un regolamento o dalla normativa comunitaria (in quest'ultimo caso si intende che il trattamento dei dati avverrà solo al fine di assolvere l'obbligo di legge e non più per le finalità di cui alla presente informativa).

4. Soggetti o categorie di soggetti ai quali i dati personali possono essere comunicati o che possono venirne a conoscenza in qualità di responsabili o incaricati e ambito di diffusione dei dati

I Suoi dati potranno essere resi accessibili, per le finalità elencate, a dipendenti e collaboratori del Titolare, nominati Responsabili, incaricati o comunque autorizzati, sempre nel rispetto del principio di finalità.

Sempre nel rispetto dei principi del trattamento e per le finalità indicate, i Suoi dati potranno essere comunicati a:

- società terze o altri soggetti (a titolo indicativo studi professionali, consulenti, società di assicurazioni per la prestazione di servizi assicurativi, etc) che svolgono attività in outsourcing per conto del Titolare, nella loro qualità di responsabili esterni del trattamento;
- inoltre i suoi dati potranno essere comunicati qualora si riveli necessario per adempiere ad un obbligo previsto dalla legge, da un regolamento o dalla normativa comunitaria.

I Suoi dati non saranno diffusi.

5. Luogo di conservazione dei dati

I dati personali sono conservati su server ubicati presso la sede di WWF Italia Onlus a Roma (Italia).

6. Diritti dell'interessato

Nella Sua qualità di interessato, ha i diritti di cui all'art. 7 Codice Privacy e art. 15 GDPR, nonché i diritti di cui agli artt. 16-21 GDPR (Diritto di rettifica, diritto all'oblio, diritto di limitazione di trattamento, diritto alla portabilità dei dati, diritto di opposizione), ove applicabili.



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



7. Modalità di esercizio dei diritti

Potrà in qualsiasi momento esercitare i diritti inviando:

- una raccomandata a.r. a **WWF Italia Onlus**, con sede legale in Via Po 25/c, 00198 Roma;
- una e-mail all'indirizzo privacy@wwf.it.

Il/la sottoscritto/a _____, nato/a a _____, il _____, documento d'identità n. _____, indirizzo email _____

(Trattamento dei dati personali per la finalità di cui alla lettera 2.a) partecipazione all'iniziativa "Contest Nazionale Urban Nature")

Per la finalità di cui alla lettera a), il consenso è implicito nella volontà di partecipare all'iniziativa "Contest Nazionale Urban Nature".

(Consenso alla pubblicazione di fotografie e riprese audiovisive della mia immagine per le finalità di cui alla lettera 2. b) dell'informativa che precede)

Acconsente o non acconsente

all'utilizzazione, diffusione e pubblicazione tramite il canale Internet (World Wide Web) della propria immagine in forma fotografica e/o in forma di ripresa audiovisiva, che potrà includere o meno anche la sua voce, da parte di WWF Italia Onlus.

Firma _____

(Consenso al trattamento dei dati personali per finalità di informazione e promozione del WWF di cui alla lettera 2. c) dell'informativa che precede)

Acconsente o non acconsente

al trattamento dei suoi dati personali (nome, cognome, e-mail, numero di cellulare, indirizzo) da parte di WWF Italia Onlus per finalità di informazione, promozione, raccolta fondi (invio di corrispondenza, e-mail, newsletter, etc).

Firma _____

Data _____



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



ALLEGATO A2 - INFORMATIVA E CONSENSO PER IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI DEI MINORI EVENTUALMENTE RIPRESI NEI VIDEO/SPOT

WWF Italia Onlus, con sede legale in Via Po 25/c, 00198 Roma (in seguito, "Titolare"), in qualità di titolare del trattamento, Le rende la presente informativa ai sensi dell'art. 13 D.Lgs. 30.6.2003 n. 196 (in seguito, "Codice a tutela dei dati personali" o "Codice") e dell'art. 13 Regolamento UE n. 2016/679 (in seguito, "GDPR").

1. Oggetto del Trattamento

Il Titolare tratterà i dati personali (nome, cognome, immagine in forma fotografica o di ripresa audiovisiva, che potrà includere o meno anche la voce, di seguito detti anche "**dati personali**" o "**dati**") dei cittadini che parteciperanno all'iniziativa denominata Contest Nazionale, **Urban Nature - Il Video Contest che premia il valore della natura nelle nostre città** di seguito **Contest Nazionale Urban Nature**, finalizzata all'ideazione e produzione di elaborati multimediali, Video e Spot, originali a uso televisivo e per la diffusione via internet, aventi a tema la promozione e l'impegno per la Natura in città. Saranno inoltre trattati i dati dei genitori dei minori nella misura in cui tale trattamento si renda necessario per l'ottenimento dei consensi relativi ai minori stessi per la partecipazione all'iniziativa "Contest Nazionale Urban Nature". L'elenco aggiornato dei responsabili del trattamento è custodito presso la sede legale del Titolare del trattamento.

2. Finalità del trattamento e natura del conferimento

I dati personali sono trattati per le seguenti Finalità:

d) Gestire la partecipazione dei minori al Contest Nazionale **Urban Nature**.

e) Utilizzare, diffondere e pubblicare tramite il canale Internet (World Wide Web) dell'immagine dei minori in forma fotografica e/o in forma di ripresa audiovisiva (che potrà includere o meno anche la loro voce) da parte di WWF Italia Onlus.

Per le finalità di cui alle lettere a) e b), Le chiederemo, a valle della presente informativa, di esprimere i relativi consensi, se lo riterrà, in qualità di genitore esercente la potestà genitoriale sullo studente che parteciperà al Contest. Il conferimento dei dati è facoltativo ma strettamente connesso con la decisione di partecipare al Contest Nazionale Urban Nature.

3. Modalità di trattamento

Il trattamento dei dati personali è realizzato nel rispetto del quadro normativo, italiano ed europeo, a tutela dei dati personali. I dati personali sono sottoposti a trattamento sia cartaceo sia elettronico e/o automatizzato.

WWF Italia, il Titolare, tratterà i suoi dati personali per il tempo necessario per adempiere alle finalità di cui sopra e comunque per non oltre 10 anni dall'invio, da parte sua, delle informazioni in relazione alla partecipazione al Contest Nazionale Urban Nature, oppure sino al momento in cui lei decidesse di esercitare il diritto di chiedere per iscritto la cancellazione delle stesse, salvo naturalmente che non si riveli necessario per adempiere ad un obbligo previsto dalla legge, da un regolamento o dalla normativa comunitaria, un obbligo di legge non preveda altrimenti (in quest'ultimo caso si intende che il trattamento dei dati avverrà solo al fine di assolvere l'obbligo di legge e non più per le finalità di cui alla presente informativa).

4. Soggetti o categorie di soggetti ai quali i dati personali possono essere comunicati o che possono venirne a conoscenza in qualità di responsabili o incaricati e ambito di diffusione dei dati

I dati potranno essere resi accessibili per le finalità indicate:

- a dipendenti e collaboratori del Titolare, nominati Responsabili, incaricati o comunque autorizzati, sempre nel rispetto del principio di finalità;
- sempre nel rispetto dei principi del trattamento e per le finalità indicate, i dati personali degli studenti potranno



Urban Nature

Il Video Contest che premia
il valore della natura
nelle nostre città



essere comunicati a:

- o a società terze o altri soggetti (a titolo indicativo studi professionali, consulenti, società di assicurazioni per la prestazione di servizi assicurativi, etc) che svolgono attività in outsourcing per conto del Titolare, nella loro qualità di responsabili esterni del trattamento;
- o inoltre i suoi dati potranno essere comunicati qualora si riveli necessario per adempiere ad un obbligo previsto dalla legge, da un regolamento o dalla normativa comunitaria.

I Suoi dati non saranno diffusi.

5. Luogo di conservazione dei dati

I dati personali sono conservati su server ubicati presso la sede di WWF Italia Onlus a Roma (Italia).

6. Diritti dell'interessato

All'interessato al trattamento dei dati personali spettano i diritti di cui all'art. 7 Codice Privacy e art. 15 GDPR, nonché i diritti di cui agli artt. 16-21 GDPR (Diritto di rettifica, diritto all'oblio, diritto di limitazione di trattamento, diritto alla portabilità dei dati, diritto di opposizione), ove applicabili.

7. Modalità di esercizio dei diritti

L'interessato al trattamento dei dati personali potrà in qualsiasi momento esercitare i diritti inviando:

- una raccomandata a.r. a **WWF Italia Onlus**, con sede legale in Via Po 25/c, 00198 Roma;
- una e-mail all'indirizzo privacy@wwf.it.

Il/la sottoscritto/a _____, nato/a a _____, il _____, documento d'identità _____, in qualità di genitore esercente la responsabilità genitoriale sul/la figlio/a minore _____ (qui di seguito detto anche "Minore"), nato/a a _____, il _____, documento di identità n. _____

(Consenso al trattamento dei dati personali del minore per le finalità di cui al numero 2. a) dell'informativa che precede)

Acconsente o non acconsente

al trattamento dei dati personali del Minore (nome, cognome, immagine in forma fotografica o in forma di ripresa audiovisiva, che potrà includere o meno anche la voce del minore stesso) da parte di WWF Italia Onlus.

FIRMA DEL GENITORE

(Consenso alla pubblicazione di fotografie e riprese audiovisive del Minore di cui al numero 2. b) dell'informativa che precede)

Acconsente o non acconsente

all'utilizzazione, diffusione e pubblicazione tramite il canale Internet (world Wide Web) dell'immagine del minore in forma fotografica e/o in forma di ripresa audiovisiva, che potrà includere o meno anche la voce del minore stesso, da parte di WWF Italia Onlus.

FIRMA DEL GENITORE

DATA
