



REGOLAMENTO

SIM Marketing for Good 2026 con Unicef Italia

Spring edition

Ogni partecipante alla digital competition **SIM Marketing for Good** dovrà rispettare, a pena di esclusione, tutte le norme del presente Regolamento.

1) Requisiti dei partecipanti

- La partecipazione alla digital competition **SIM Marketing for Good** è riservata a **studenti e studentesse iscritti presso Università italiane**.
- È ammessa la partecipazione anche agli studenti e alle studentesse in mobilità internazionale (es. programmi Erasmus) presso Università italiane.
- La partecipazione all'iniziativa è **individuale e gratuita**.
- Per partecipare è necessario disporre di un **profilo personale Instagram**.

2) Modalità di partecipazione

- Gli studenti e le studentesse che intendono partecipare dovranno:
 - registrarsi compilando l'apposito **form online** disponibile nella pagina dedicata all'iniziativa sul sito della Società Italiana Marketing (SIM),
 - seguire gli account Instagram della Società Italiana Marketing (@sim.marketingforgood) e del partner Unicef Italia (@unicefitalia).
- La partecipazione alla challenge si svolgerà attraverso la pubblicazione di contenuti (stories) sul proprio **profilo Instagram personale** nel periodo compreso tra **il 13 aprile e il 4 maggio 2026**.
- Nel periodo di apertura della challenge, ciascun partecipante dovrà pubblicare **da un minimo di 2 a un massimo di 5 Instagram Stories** dedicate alla campagna oggetto dell'iniziativa.
- Le Stories pubblicate per la competizione dovranno essere salvate e mantenute in una cartella **"In evidenza"** del proprio profilo Instagram fino alla proclamazione dei vincitori.

- È possibile partecipare utilizzando anche un **profilo Instagram privato**.
- In caso di apertura di un nuovo profilo Instagram per la partecipazione alla challenge, non è consentito utilizzare denominazioni che richiamino in modo diretto **Unicef Italia, Società Italiana Marketing (SIM)** o il tema della challenge.

3) Oggetto della challenge

- L'edizione 2026 della digital competition SIM Marketing for Good è realizzata **in collaborazione con Unicef Italia**.
- La challenge è dedicata alla promozione della campagna Unicef lanciata in occasione della Giornata internazionale della donna (8 marzo), finalizzata a contrastare la **violenza sulle ragazze**. In particolare, la campagna mira a sensibilizzare le ragazze e i ragazzi sull'importanza di:
 - Non normalizzare o romanticizzare l'abuso e la violenza psicologica e fisica nelle relazioni affettive;
 - Riconoscere segnali di pericolo quali controllo, gelosia ossessiva, paura, isolamento sociale fino ad arrivare alla violenza fisica;
 - Chiedere aiuto chiamando il numero 15.22 o rivolgersi a un centro antiviolenza.
- I partecipanti dovranno contribuire alla diffusione del messaggio della campagna attraverso la creazione e la pubblicazione di contenuti social sul proprio profilo Instagram, con l'obiettivo di sensibilizzare la propria community sui temi oggetto dell'iniziativa.

4) Regole relative ai contenuti pubblicati

- In ciascuna storia Instagram pubblicata nell'ambito della challenge dovranno essere obbligatoriamente inseriti **TUTTI** gli elementi di seguito indicati:
 - gli **hashtag ufficiali della competizione** (vedi materiale informativo della challenge);
 - una **call to action** coerente con gli obiettivi della campagna;
 - il **link di tracciamento alla landing page della campagna Unicef**, (vedi materiale informativo della challenge).
- I contenuti pubblicati dovranno essere **originali** e non violare diritti di proprietà intellettuale di terzi.

- È consentito l'utilizzo di strumenti digitali e di **intelligenza artificiale** per la produzione di immagini o video, nel rispetto delle normative vigenti. Ogni uso dell'IA deve essere dichiarato esplicitamente.
- I contenuti dovranno rispettare:
 - le regole della community di Instagram;
 - le linee guida di comunicazione e il brand book di Unicef;
 - le linee guida di comunicazione della Società Italiana Marketing.
- I partecipanti sono invitati a prestare particolare attenzione al *tone of voice*, evitando rappresentazioni stereotipate, inappropriate o lesive della dignità delle persone.

5) Materiali a disposizione dei partecipanti

Sul sito della Società Italiana Marketing, nella pagina dedicata all'iniziativa, saranno resi disponibili i seguenti materiali:

- la presentazione ufficiale della challenge;
- materiali informativi e di comunicazione messi a disposizione da Unicef;
- il brand book e le linee guida di utilizzo dei loghi.

6) Valutazione

- Al termine del periodo della challenge verrà effettuata una **valutazione in due fasi**.
- La prima fase consisterà in una **valutazione quantitativa**, basata sul traffico finalizzata all'individuazione dei **30 account IG** selezionati sulla base di un criterio che tiene conto sia del traffico totale generato alla pagina <https://nonrestareinsilenzio.unicef.it> (rilevato da Google analytics nel periodo di apertura della competizione) sia del rapporto tra il traffico totale generato ed il numero di follower del partecipante. I **30 account** complessivamente individuati accederanno alla seconda fase di valutazione.
- La seconda fase consisterà in una **valutazione qualitativa** dei contenuti delle Instagram Stories pubblicate dagli account selezionati, prendendo in considerazione, tra gli altri, i seguenti criteri: pertinenza rispetto agli obiettivi della campagna, creatività ed efficacia comunicativa, coerenza con i valori e le finalità dell'iniziativa.
- Al termine della valutazione qualitativa saranno individuati i migliori **10 account** e, tra questi, **i tre vincitori**.
- Il giudizio finale sarà espresso da una Giuria composta da rappresentanti di Unicef Italia e della Società Italiana Marketing.

- La classifica finale dei vincitori è **insindacabile**.

7) Premi e riconoscimenti

La digital competition **SIM Marketing for Good** ha finalità prevalentemente **sociali, educative e di sensibilizzazione**.

- Al termine della competizione saranno assegnati agli studenti posizionati nelle prime **30 posizioni open badge digitali** in base ai risultati ottenuti nell'ambito dell'iniziativa. Ai partecipanti classificati oltre la 30^a posizione sarà rilasciato un attestato digitale di partecipazione ("SIM Marketing for Good Activist").
- Ulteriori premi o riconoscimenti per i primi classificati potranno essere comunicati dall'organizzazione nel corso dell'iniziativa.

8) Casi di esclusione

- Saranno esclusi dalla competizione i partecipanti che:
 - non rispettino le regole del presente Regolamento;
 - pubblichino contenuti offensivi, discriminatori o non coerenti con i valori dell'iniziativa;
 - violino le linee guida di comunicazione di Unicef Italia e della Società Italiana Marketing;
 - utilizzino contenuti coperti da diritti di terzi senza autorizzazione;
 - pubblichino Instagram Stories prive, anche solo parzialmente, degli elementi obbligatori indicati nel presente Regolamento (quali tag degli account indicati dall'organizzazione, hashtag ufficiali della competizione, call to action o link tracciato alla landing page della campagna).
- Le Stories che non rispettano integralmente i requisiti indicati nel presente Regolamento **NON** saranno considerate valide ai fini della valutazione.

9) Legge applicabile e foro competente

- Per quanto non previsto dal presente Regolamento si applicano le leggi della Repubblica Italiana.
- Ogni controversia relativa o connessa al presente Regolamento sarà di competenza esclusiva del Foro di Pisa.