

Indicazioni per la partecipazione al concorso

“Spiritus Concordia Victoria.”

Rivolto a tutti i cineamatori. Nike e Homeless World Cup offrono un premio di \$50,000 per la produzione di un cortometraggio (5 minuti, non più lungo di 10 minuti) che catturi lo *Spirito, l'unità, la Vittoria* dell'edizione Milano 2009 Homeless World Cup. Questa edizione si terrà dal 6-13 Settembre 2009 all'Arena Civica, all'interno del parco Sempione, nel cuore di una delle città più famose nel mondo del calcio. Il corto potrà essere utilizzato per essere trasmesso su reti pubbliche o canali digitali. Invia la tua iscrizione e il tuo soggetto (usa il modulo di iscrizione che si trova su [www.homelessworldcup.org/milanfilm](http://www.homelessworldcup.org/milanfilm)) a [Milanfilm@homelessworldcup.org](mailto:Milanfilm@homelessworldcup.org) entro la mezzanotte GMT, del 31 luglio 2009 per avere un'opportunità di vincere il premio.

La Homeless World Cup è un torneo di calcio internazionale di fama mondiale che offre alle persone senza dimora l'opportunità di cambiare vita. I giocatori indossano la divisa della loro nazione, sono fieri di questa opportunità e più del 70% cambiano radicalmente vita uscendo dalla loro dipendenza da droga o alcool, trovando una vera casa, trovando un impiego, concludendo gli studi o diventando allenatori, giocatori di calcio o leader nelle loro comunità o imprenditori sociali. Grazie alla Homeless World Cup sono stati creati dei progetti sociali sportivi in ben più di 70 paesi che operano con più di 100.000 giocatori dalla prima edizione Graz 2003 Homeless World Cup.

Fondata dal famoso imprenditore sociale Mel Young, I suoi partner sostenitori comprendono UEFA, Nike, Vodafone Foundation, Inter FC, FIFA, Eric Cantona come ambasciatore sociale e giocatori internazionali come Didier Drogba, Rio Ferdinand, Marcel Desailly e Emmanuel Petit.

Siamo alla ricerca di un cortometraggio che trasmetta immediatamente ad uno spettatore che non conosce la Homeless World Cup la sua energia e la sua forza di cambiamento. Nel raccontare la storia della Homeless World Cup vogliamo che si catturino i problemi reali e I cambiamenti effettivi in un modo divertente ed energetico. Dopo la visione di questo cortometraggio lo spettatore dovrebbe comprendere appieno la citazione di un giocatore della Homeless World Cup “Abbiamo distrutto lo stereotipo. Siamo stati grandi.”

Nike e Homeless World Cup giudicheranno I soggetti basandosi sulla creatività, inventiva nel raccontare la storia, praticità, sensibilità e tempismo. La decisione dei giudici sarà quella finale.

I partecipanti dovranno inviare il soggetto, la storyboard, suggerimenti musicali, requisiti per la partecipazione alla Homeless World Cup di squadre e giocatori, accesso all'evento stesso, pianificazione di viaggio, tempi, esempi di lavori passati e biografie della squadra produttrice. L'iscrizione dovrà comprendere il modulo ufficiale di partecipazione al concorso, altrimenti non verranno presi in considerazione.

Il corto e il materiale extra rimarranno di proprietà dei produttori mentre Nike e la Homeless World Cup avranno il diritto di utilizzare il corto su tutti i mezzi senza alcun limite.

Il cortometraggio è da consegnare in Inglese 30 giorni dopo la finale del torneo Milano 2009 Homeless World Cup.

Per il modulo ufficiale, il regolamento e le condizioni, andate su [www.homelessworldcup.org/milanfilm](http://www.homelessworldcup.org/milanfilm)