

Cari amici,

Il 20 maggio 2009 sono state avviate le emissioni satellitari di RASD-TV e quindi i notiziari televisivi Saharawi sono andati sempre più incrementando il loro pubblico nel nord Africa, in particolare in Marocco, nel Sahara Occidentale e in Algeria. Inoltre, unificano le informazioni via Internet della RASD per tutti i Saharawi in esilio.

Ora è necessario avviare una nuova fase.

Unito con il cambio di programmazione previsto per l'autunno, il nostro obiettivo è quello di dare visibilità al movimento di solidarietà internazionale in forma di spot pubblicitari che vengono inseriti in due blocchi, prima e dopo i notiziari di mezzogiorno e della sera.

Maggiore è il numero di spot, maggiore impatto avrà la campagna. Vi chiedo, pertanto, il vostro contributo a questo progetto rinnovato di contenuti televisivi per la tv Sahara.wi

Un cordiale e affettuoso saluto,

Jordi Solans
"Amici della televisione Sahrawi "

Cari amici,

dalla "Assoc. Amici della Televisione saharawi" vogliamo spiegare nel dettaglio in cosa consiste questo progetto di " annunci " nella televisione Saharawi.

E' ovvio che la pubblicità nella televisione Saharawi non è l'obiettivo di nessun'azienda. Il pubblico che si connette a RASD-TV non è un potenziale consumatore dei prodotti che vengono pubblicizzati e, in caso lo fosse, la minaccia di ritorsioni commerciali e politiche marocchine sarebbe reale e sufficientemente deterrente.

Quelli che possono, quindi, "sollecitare" sono quelli che hanno dato e danno il "volto", difendendo la causa del popolo saharawi, quelli che già sono conosciuti come sostenitori del diritto internazionale e di sostegno al popolo saharawi.

Come deve essere l'annuncio?

Dovrebbe essere un annuncio regolare, come gli spot che vediamo ogni giorno su tutte le televisioni, anche se siamo consapevoli, ovviamente, che la maggior parte delle registrazioni domestiche non sono professionali.

- Tra i 20 e i 50 secondi
- Qualsiasi struttura e formato audiovisivo, con la creatività che ogni persona o organizzazione preferisce
- Deve sostenere la causa Saharawi, i diritti umani del popolo Saharawi, il diritto internazionale, ecc .. e in nessun caso giustificare la violenza e il terrorismo
- Deve essere chiaramente identificato chi lo ha prodotto (persona o organizzazione), chi parla (se è previsto), data e luogo
- Si può andare da un semplice video realizzato con il telefono cellulare fino a una produzione più sofisticata. Da una semplice macchina fotografica a un editing più creativo.
- Divideremo le produzioni in due grandi gruppi: gli annunci che chiameremo "ufficiali" dove parlano rappresentanti di Comuni, i partiti politici, ecc ... e quelli dove intervengono associazioni, gruppi e individui

Uno spot pubblicitario trasmesso nella televisione Saharawi ha importanza per vari aspetti.

Il primo è la visibilità: diamo un nome, un luogo e una data al movimento di solidarietà internazionale e lo inseriamo nelle emissioni satellitari della TV saharawi dandogli così una diffusione ad ampio raggio.

Il ragionamento è che se sosteniamo la causa Saharawi da anni, non abbiamo motivo di nascondere e possiamo parlare davanti ad una telecamera. Questo è particolarmente importante per le Istituzioni e i Comuni che collaborano con i Saharawi: se veramente sostengono i diritti del popolo saharawi, che lo dicano davanti ad una telecamera.

Il secondo aspetto importante è la quantità. Nella campagna pubblicitaria, un annuncio, due, tre ... sono inutili. Un cartellone è denaro perso, con almeno cinquecento cartelloni pubblicitari, abbiamo cominciato a "vendere" il nostro prodotto .. Nel nostro caso: se pubblichiamo dieci annunci al mese, abbiamo fallito. Se arriviamo a un migliaio di annunci, cominciamo ad avere un impatto, che non è

altro che la forza e la portata del movimento internazionale di solidarietà con il popolo Saharawi.

L'obiettivo dovrebbero essere cinque annunci prima e cinque annunci dopo ogni telegiornale.

Il terzo aspetto è trasversalità del messaggio. Non importa l'origine degli annunci, possono essere di qualsiasi partito politico, di comitati a sostegno del Sahara, di individui che desiderano registrare la loro partecipazione, di organizzazioni di solidarietà, ecc ...

Si tratta di un soggetto "di base" sul rispetto dei diritti umani e del diritto internazionale, non un conflitto ciclico.

Un quarto aspetto, non meno importante, è che il pubblico principale si trova nel Sahara Occidentale occupato, nei campi profughi di di Tindouf, in Marocco, in Algeria e in Mauritania. Sollecitiamo quindi con la nostra presenza tutti i nostri beneficiari e mostriamo a coloro che occupano illegalmente il territorio che la questione è molto viva, presente e diffusa nella società civile.

Quando riusciamo a far partecipare circa duecento persone ad un'iniziativa, lo riteniamo un successo.; nella televisione via satellite il metodo è un altro perchè l'annuncio lo vedranno centinaia di migliaia di persone.

Quinto ed ultimo punto: la pubblicità si paga, cioè si dà valore al lavoro di produzione, di ore di televisione ogni giorno, ogni giorno dell'anno.

Tutti i lavoratori di RASD-TV sono Saharawi, che hanno imparato e stanno imparando costantemente. Ci permettono di diffondere le notizie ogni giorno e ci danno modo di inserire il nostro messaggio. Il prezzo è ovviamente correlato al mercato, non il valore.

PREZZO di una pubblicità "solidaria" su RASD-TV

Non esiste una scala di misura oggettiva di determinazione del prezzo di questi "messaggi pubblicitari". Noi, pertanto, dobbiamo inventarlo.

Le due misure utilizzate sono: la "quantità" degli annunci, tanto più si può trasmettere più ci si avvicina all'obiettivo politico della campagna, e che i lavoratori di RASD-TV si sentono una "società" e possano continuare a lavorare.

Se si usa solo la misura della quantità, la risposta è facile, gli annunci dovrebbe essere rilasciati gratuitamente visto il grande sforzo che viene impiegato per registrare e inviare. Mentre se la misura è quella del sostegno ai lavoratori, il prezzo dovrebbe essere "giusto". Proponiamo che prezzo oscilli tra queste due riflessioni, vale a dire che il prezzo è simbolico e il numero di annunci può essere alto.

Conclusioni:

Per le Istituzioni il prezzo è pari a CENTO Euro all'anno: presuppone, dunque, una media di 50 uscite all'anno, due euro per ogni annuncio rilasciato. Il prezzo è gestibile anche in questi tempi di crisi, se c'è reale volontà politica di "sollecitare".

Per gli individui, gruppi di amici e le organizzazioni in solidarietà con il Sahara, il prezzo è volontaria, tra DIECI Euro e CENTO Euro come le Istituzioni, dal momento che l'importante è la quantità di annunci e non le entrate.

Ci auguriamo che si capisca il fine politico l'inserimento di messaggi pubblicitari nella RASD-TV satellitare e il motivo per cui si debba pagare "qualcosa". Il semplice fatto di dover "montare" un controllo amministrativo per disciplinare l'inserimento dell'annuncio e il rilascio della fattura / ricevuta della somma versata, è motivo di autostima per la televisione Saharawi e presuppone l'entrata in una "normalità" di funzionamento, come una società operante in TV.

Alcuni dati comparativi

In una televisione locale di media-grande struttura, nell'orario di maggior ascolto, con un pubblico compreso tra quaranta e cinquanta mila spettatori, il prezzo di ogni emissione è compreso tra 300 e 500 Euro, vale a dire da 15.000 a 20.000 Euro l'anno, con un annuncio ogni settimana.

Il pubblico di RASD-TV, di cui non abbiamo ancora dati precisi disponibili, possiamo stimarlo molto più alto. Ci saranno certamente almeno cento mila spettatori saharawi nei campi, un altro centinaio di migliaia di Sahrawi nei territori liberati (forse più), e anche se solo per curiosità, un 1% di ascolti in Marocco; già siamo a più di duecentomila. Se aggiungiamo l'Algeria, la Mauritania, ecc ... arriviamo a una conclusione chiara dell'impatto che la pubblicità può dare alla solidarietà con la causa saharawi.

SPECIFICHE, consegna e controllo di gestione

Durata: tra i venti secondi e un minuto

Formato: 4:3 PAL SD (non inviare ad alta definizione, per il momento)

File: In linea di principio, qualsiasi formato valido per PC o TV, il più consueto è MPEG (MPEG-2)

Lo spot può arrivare completamente finito, oppure mancano i sottotitoli di cui si occuperà RASD-TV.

SPEDIZIONE

Se è su un supporto fisico (CD, DVD, MiniDV) possono essere inviate alla Casella postale (08.080 Barcellona 2016), insieme con il documento di controllo di gestione.

Se preferite inviare il file online, inviare una mail a friends@rasd-tv.com allegando il controllo di gestione dei documenti.

In risposta vi invieremo il nome utente e password per una connessione sicura per FTP. La spedizione on-line non può superare i 300 MB.

PAGAMENTO

Bonifico sul conto 2013 1602 44 0200151559, indicando il concetto di reddito l'indirizzo di posta del proprietario del video clip e il nome del file se la spedizione è su Internet (vedi documento amministrativo)

Conto dall'estero IBAN: ES40 2013 1602 4402 0015 1559

In risposta verrà inviata per posta una ricevuta attestante l'importo pagato e il contratto per un anno.

Saluti
Jordi Solans
"Amici della Televisió saharawi"

Documento di controllo della navigazione

Proprietario del video-clip

* Email

* Nome / Ente / Associazione

* NIF / DNI per la prova del pagamento

Telefono

** Nome del video clip

* Bonifico: euro

Commenti sul video. I nomi di chi interviene, Istituzione, Organizzazione, ecc ...
Data e luogo

* concetti obbligatori

** obbligatorio se la spedizione è online