



FIIPA 2019 FIOF ITALY INTERNATIONAL PHOTOGRAPHY AWARDS

OBIETTIVI

Obiettivo del concorso è quello di contribuire alla diffusione della cultura fotografica, ed è rivolto a tutti coloro che amano il confronto e le sfide perseguendo un unico obiettivo: la crescita. Il concorso è senza scopo di lucro e tutte le entrate saranno utilizzate per gli scopi sociali dell'organizzazione promotrice.

CANDIDATI

Il concorso è aperto a tutti i fotografi professionisti, gli studenti e gli amatori, italiani e stranieri, senza discriminazione di razza, religione, nazionalità o etnia.

CATEGORIE

Il concorso è diviso in undici (11) categorie

1. Architecture & urban spaces: *buildings, cityscapes, interiors, industrial*

Città, monumenti, borghi e tutti altri elementi antropici possono essere ottimi soggetti fotografici. Nella fotografia architettonica, l'elemento artificiale è il soggetto principale della foto, occupa gran parte della composizione e spesso è singolo: una piazza, un edificio, un complesso di edifici. Altri eventuali edifici o il paesaggio urbano/naturale fanno al più da sfondo al soggetto principale. Nella fotografia architettonica trovare la giusta composizione risulta più difficile di quanto si possa pensare, occorre quindi muoversi attorno al soggetto, cercare l'angolo migliore e lavorare con lo zoom (si può riprendere solo un particolare, ad esempio una vetrata oppure si può allargare l'angolo dando spazio al cielo e allo sfondo).

Un'attività, relativamente recente, che possiamo far rientrare nel genere della fotografia urbana, è l'attività fotografica che accompagna le attività del movimento chiamato [Urbex](#), forma contratta dell'espressione inglese "Urban Exploration", che in italiano assume il significato di esplorazione urbana. Questa attività si occupa dell'esplorazione di ambienti civilizzati in aree off-limits, spesso ambienti decadenti ed ormai in disuso. Obiettivo del fotografo di esplorazione urbana è di raccontare, attraverso le immagini, la storia di quei luoghi tramite il silenzio dell'ambiente o ciò che accadeva al suo interno e quindi rappresentare anche il vuoto per raccontare la sua storia e renderla immortale. Viene mostrato un lato del mondo che non viene mai quasi trattato.

2. **People & Street Photography:** *culture, Lifestyle, Daily Life*

Sono ammesse a questa categoria immagini che ritraggono soggetti e situazioni reali, oltre che spontanee, in luoghi pubblici e non, allo scopo di evidenziare gli aspetti della vita di tutti i giorni. Immagini che rappresentano un momento decisivo non pianificato; in altri termini: rendere straordinario l'ordinario!

3. **Portraits:** *portraiture, family, children, newborn, pet portraits*

La **Fotografia di ritratto** è la fotografia di una persona o un gruppo di persone realizzata al fine di visualizzarne l'espressione, la personalità e l'umore. Come altri tipi di ritrattistica, il focus della fotografia ritrattistica è di solito il volto della persona, anche se in taluni casi diventano parte dello scatto anche lo sfondo ed il corpo del soggetto. Quando si fa fotografia ritrattistica si tende a catturare gli occhi del soggetto e il viso a fuoco, lasciando che il resto degli elementi meno importanti siano fuori fuoco. In altri casi la fotografia ritrattistica può concentrarsi su particolari differenti, quali le mani, gli occhi o parte del tronco del soggetto. Sono ammesse al concorso ritratti di tipo: **costruzionista** ovvero quando il fotografo costruisce un'idea intorno al ritratto: un famiglia felice, una coppia romantica, un dirigente affidabile. È l'approccio utilizzato principalmente in studio e relativa alla fotografia sociale; **ambientale** ovvero quando il fotografo ritrae il soggetto nel suo ambiente: quello di lavoro, nel tempo libero, familiare, i soggetti sono spesso fotografati mentre sono intenti a fare qualcosa. Con l'approccio ambientale si dà molta importanza al contesto piuttosto che al soggetto. Le immagini fotografate seguendo questo approccio possono avere un significato storico e sociale: come detto l'importante è il contesto in cui sono realizzate, come edifici storici o ambientazioni in grado di evocare ricordi particolari; **schietto** è quello con cui le persone vengono fotografate a loro insaputa mentre svolgono il loro lavoro quotidiano; **creativo** è dove la manipolazione digitale è *esasperata*, permettendo al fotografo di produrre splendide immagini dei soggetti fotografati.

4. **Wedding:** *classic, unconventional, reportage*

Sono ammesse al concorso tutte le foto realizzate su commissione, realizzate sia prima che durante o dopo la cerimonia. Il matrimonio è una grande palcoscenico, quindi avrà un "dietro le quinte" e quindi una fase più reportage che riguarda la preparazione della coppia, una fase più intima e riflessiva, una fase più ludica e festosa, i dettagli e il racconto della giornata. Per chi è ama la "ribalta", sono inoltre, ammesse al concorso immagini contestualizzate in uno scenario urbano, immagini in cui viene esaltata la valenza estetica della sposa che si fa lei stessa monumento, inserita in una cornice architettonica, dove si tende ad esaltare i vari punti di vista, piuttosto che i soggetti, o gli stessi diventano protagonisti in chiave fashion, budoir, glamour. Sono ammesse al concorso immagini con editing.

5. **Nude:** *artistic nude, fineart nude, glamour nude*



I nudi artistici e i nudi fine-art sono i classici scatti che si vedono in una galleria d'arte. Molte immagini artistiche sono fatte in bianco e nero, anche se ultimamente anche il colore comincia a fare capolino. Le pose per le immagini artistiche tendono ad essere più conservatrici rispetto ad altri tipi di fotografie di nudo. Spesso e volentieri si tende ad evitare la zona pubica così come il “contatto visivo” con il soggetto (ovvero il modello che guarda l'obiettivo). I nudi glamour sono per lo più immagini seducenti di belle donne. Avete presente Playboy o tutte le riviste patinate (non quelle pornografiche, ovviamente!)? Ecco, buona parte di quelle foto sono fotografie glamour.

6. Product Photography: food & still life

“Still Life” si riferisce in realtà a tutto ciò che è inanimato. Ciò che dovete tenere a mente è sempre l'esigenza di **focalizzarvi quasi esclusivamente sul prodotto / oggetto in primo piano**: lo sfondo non deve distrarre l'utente, dev'essere qualcosa in più, un tocco artistico, un riempimento. Questa tecnica ci permette di effettuare una foto per molteplici utilizzi, seppur tendenzialmente la maggior fonte di utilizzo riguarda la comunicazione pubblicitaria abbinata ad un catalogo, un sito e-commerce e simili. Insomma, se una volta “Still Life” si riferiva prettamente a cibo da immortalare, oggi questo tipo di fotografia influenza ogni tipo di prodotto da vendere o da mostrare; viene infatti definita “**product photography**”. Sono ammesse al concorso tutte le immagini che rispecchiano tali caratteristiche, sia di cibo che di prodotti.

7. Advertising: Beauty, Fashion, Music, Product, Self-Promotion

La tecnica fotografica può essere messa a servizio della produzione e del commercio al fine di veicolare un messaggio. In questo modo nasce la fotografia pubblicitaria, che viene utilizzata in vari ambiti dalla moda, alla musica ai prodotti promozionali.

Si tratta in sostanza della realizzazione di un connubio perfetto tra fotografia e pubblicità, finalizzato a veicolare un messaggio verbale mediante l'uso dell'immagine. La fotografia “advertising” un tempo identificata con lo still life, ovvero l'immagine del prodotto, oggi è cambiata. Il prodotto non è più il protagonista, il prodotto non è più il mezzo di autopromozione, il prodotto oggi è solo il motivo per raggiungere un fine, un fine personale del target, della vita di ognuno di noi. Il prodotto, oggi, nel mondo dell'advertising, molto spesso lascia il posto alla creatività, al claim, al testimonial. Si tratta della realizzazione di un'immagine progettata in totale sinergia con il messaggio pubblicitario che l'azienda intende veicolare mediante la sponsorizzazione dell'oggetto. In questo caso, l'immagine – analogamente al messaggio – è finalizzata a catturare l'attenzione di chi guarda e quindi ad invogliare il potenziale consumatore all'acquisto, in maniera diretta con l'inserimento del prodotto o indiretta senza che questo faccia parte in maniera evidente.

8. Conceptual: ricerca & digital art



La Fotografia concettuale è un tipo di arte fotografica che inizialmente viene concepita nella mente del fotografo e poi messa in scena per realizzare e comunicare tale visione. Questo tipo di fotografia è l'opposto del fotogiornalismo, in cui il fotografo cattura immagini reali così come avvengono in quel momento, senza alcuna manipolazione. La tecnologia ha permesso alla fotografia concettuale di diventare più surreale, permettendo al fotografo di unire immagini ed oggetti che altrimenti non sarebbe possibile accostare... Spesso viene utilizzato un software di editing per miscelare vari oggetti in una fotografia, ma molti fotografi usano solo ciò che compare nel loro scatto.

Qualunque sia la tecnica utilizzata, la fotografia concettuale è nota per essere uno dei generi più creativi della fotografia. Sono ammesse in questa sezione tutte le immagini che hanno queste caratteristiche, sia esse realizzate con i sistemi tradizionali o in computergrafica.

9. Nature: Aerial, Flowers, Landscapes, Panoramic , Pets, Seasons, Sunset, Trees, Underwater, Wildlife

La fotografia naturalistica, per definizione, è un genere fotografico che concentra la propria attenzione sulla bellezza della fauna e della flora selvatica immerse nel loro ambiente naturale. Quindi, questo tipo di fotografia si concentra sul ritrarre i paesaggi che la natura ci offre così come sono, senza la minima traccia della presenza dell'uomo. Compito del fotografo è il saper cogliere la bellezza che quel luogo offre, senza tralasciare niente di importante, selezionando gli elementi del paesaggio che meritano di essere incluse nella fotografia, dal momento in cui non si ha la possibilità di riprendere tutto.

10. Sport: Nella fotografia sportiva e d'azione **la velocità è tutto**. Saranno ammesse tutte quelle immagini che saranno in grado di raccontare l'attimo. Il momento in cui il pallone gonfia la rete, il ringhio sul volto di un cestista mentre schiaccia, la plasticità di un ginnasta al culmine di un'evoluzione sono i momenti che vogliamo e dobbiamo essere in grado di immortalare per descrivere nel modo migliore l'evento a cui abbiamo assistito.

11. Story-Telling: un racconto per immagini, realizzato con un min di 07 ad un max di 10 fotografie



In questa categoria è possibile proporre una serie di foto con un tema libero: fotogiornalismo e storyboard (sequenze di immagini che raccontano una storia di natura, fauna, l'etologia, ambienti naturali e del territorio, ecc...) Il fotografo è libero di scegliere l'argomento, lo stile, l'ambientazione ed i soggetti che preferisce. La sezione richiede cinque o più immagini legate insieme da una sequenza narrativa. Le foto possono essere prese in sequenza o in momenti diversi, purchè risultino strettamente collegati tra loro. Sono ammesse a questa categoria, non solo le foto di fotogiornalismo, editoriali, ma anche storytelling concettuali.

MODALITA' DI PARTECIPAZIONE

Per partecipare occorre inviare attraverso questo sito entro il **06 gennaio 2019**, quattro immagini, tutte appartenenti alla stessa categoria, **il lato lungo deve essere di 1080px a 100 dpi salvate in JPG a qualità 5.**

Le immagini devono essere state tutte realizzate negli ultimi tre anni. I partecipanti si fanno garanti sotto la propria responsabilità che l'intera fase di produzione e post produzione sia stata realizzata direttamente dal candidato o sotto la sua direzione. Immagini non considerate ammissibili possono essere squalificate a discrezione della giuria.

SPEDIZIONE DELLE IMMAGINI

Le immagini vanno caricate direttamente su questo sito al momento dell'iscrizione.

Ciascun fotografo può inviare max 4 foto per ogni categoria. E' consentito allo stesso autore di partecipare anche a più di una categoria (con immagini differenti), inviando sempre 4 foto per ogni categoria.

Solo per la categoria story-telling è possibile inviare max 10 immagini.

La registrazione al concorso avviene unicamente attraverso il sito.

L'indirizzo del sito è: <http://awards.fiof.it>

Non sono accettate iscrizioni tramite moduli cartacei o tramite l'invio di email. Scopo dell'iscrizione ottenere il codice autore. Il codice autore servirà per tutte le fasi del concorso.

Le foto che partecipano vengono rinominate con una stringa di testo che contiene il codice autore. Dopo l'invio del form di iscrizione verrà presentata una pagina di riepilogo.

Verificare la correttezza dei dati inseriti. Per apportare eventuali variazioni cliccare su indietro. Per confermare premere invio. Dopo pochi minuti dall'invio del modulo il sistema provvede ad inviare un'email all'indirizzo indicato.

Nel caso non la troviate verificare anche nella casella della posta indesiderata.

Per un'eventuale ricerca il mittente di tale email è: awards@fiof.it

Contributo di spesa per la partecipazione per Professionisti:

- una categoria: € 50
- due categorie: € 80



- tre categorie: € 110
- più di tre categorie (max 7): € 160
- più di sette (max 15): € 195

Contributo di spesa per la partecipazione per Studenti/Amatori:

- una categoria: € 30
- due categorie: € 50
- tre categorie: € 70
- più di tre categorie (max 7): € 90
- più di sette (max 15): € 110

Modalità di pagamento

Il versamento può essere effettuato a mezzo:

1. bonifico bancario

Intestato a: Fondo Internazionale per la Fotografia Video e Comunicazione.

Coordinate bancarie:

BANCAPULIA GRUPPO VENETO BANCA

Filiale di Barletta, via Renato Coletta, 8 - 76121 Barletta (BT)

Coordinate bancarie: iban IT 72U0578741350039570119606

BIC SWIFT APULIT31XXX Per chi partecipa dall' estero

2. **carta di credito** on line nella pagina dedicata all'iscrizione su questo sito.

3. Paypal all' indirizzo: pay@fiof.it

È importante specificare nella causale la dicitura: Awards 2019, Nome e Cognome, E-mail

DIRITTI e RESPONSABILITA'

Tutti i diritti relativi alle immagini presentate in concorso rimangono di proprietà dei partecipanti. L'organizzazione del concorso si riserva il diritto di riprodurre le immagini presentate in concorso



per i soli scopi promozionali del concorso stesso o per finalità educative, in Italia e all'estero, o per la promozione di FIOF e dei suoi eventi in qualsiasi forma e luogo, anche su internet.

E' responsabilità dei candidati ottenere per tutte le foto presentate i necessari permessi, incluse le liberatorie per i soggetti ritratti, e l'eventuale permesso dei titolari dei diritti di riproduzione (quando non di proprietà dello stesso fotografo), ai fini della partecipazione al concorso ed alla loro eventuale pubblicazione, nei limiti di quanto indicato nel paragrafo precedente.

L'organizzazione del concorso ed il direttore della commissione giudicatrice interpreteranno la corretta applicazione di queste norme e deciderà in merito ad ogni questione non espressamente prevista dal regolamento.

La decisione della giuria è inappellabile, tuttavia è possibile far pervenire all'organizzazione, suggerimenti e commenti.

I dati personali dei partecipanti, nel rispetto delle leggi nazionali ed internazionali sulla privacy, saranno utilizzati solo per scopi interni all'organizzazione del concorso stesso. Tutti i partecipanti potranno visualizzare le immagini vincitrici sul sito awards.fiof.it a partire dal 08 aprile 2019. Tutte le foto ricevute dall'organizzazione del concorso entro i termini di scadenza sopra indicati, saranno esaminate da una giuria internazionale composta da fotografi professionisti ed esperti selezionati dal FIOF.

PRE-SELEZIONE e FINALE

Gli autori delle foto ammesse alla selezione finale saranno informati tramite mail.

I finalisti riceveranno comunicazione entro domenica 03 marzo 2019. I premi attribuiti a ciascun finalista, saranno comunicati solo ed esclusivamente durante la serata di gala che si terrà sabato 07 aprile 2019.

PREMI

1. FIIPA avrà un vincitore assoluto, denominato Fotografo Italiano dell'Anno 2019.
2. Ogni categoria FIIPA avrà un primo, un secondo ed un terzo classificato a cui verranno "associati" per comodità simboli quali: Gold Award, Silver Award e Bronze Award.
3. Foto meritevoli riceveranno "Menzioni speciali"
4. Nelle varie categorie verranno giudicate le singole foto e non la somma delle varie foto presentate dal candidato, in quanto si giudica la foto non l'autore.
5. Nella sezione Story-telling sarebbe utile, per una maggiore comprensione della stessa, una breve descrizione dell'intento autoriale. Inoltre, i candidati possono inviare una breve descrizione del progetto realizzato, una Storia che indichi come, dove e quando sia stato realizzato ad awards@fiof.it

Sarà decretato vincitore assoluto, ovvero Fotografo dell'anno 2019, il GOLD che ha ricevuto il maggiore punteggio da parte della commissione giudicatrice.

Al vincitore assoluto della sezione professionisti sarà assegnato un voucher/premio del valore di € 3.000,00 con il prestigioso **TROFEO FIIPA 2019**.

Ai vincitori dei gold, sarà consegnato il trofeo FIIPA 2019 durante la serata di gala di premiazione.



I vincitori dei silver, bronze e menzioni d' onore, ritireranno la medaglia durante la serata delle premiazioni.

I vincitori dei silver, bronze e menzioni d' onore riceveranno il proprio attestato a mezzo mail entro il 15 aprile 2019.

Le immagini saranno proiettate durante la serata di gala.

Al vincitore assoluto della sezione amatori sarà consegnato il prestigioso **TROFEO FIIPA 2019** ed un voucher per la partecipazione gratuita alla convention Orvieto Fotografia 2020

Al vincitore assoluto della sezione studenti sarà consegnato il prestigioso **TROFEO FIIPA2019** ed un voucher per la partecipazione gratuita alla convention Orvieto Fotografia 2020.

Ai vincitori dei gold, silver & bronze della sezione amatori e studenti, sarà consegnata la medaglia FIIPA 2019 durante la serata di gala di premiazione.

Silver, bronze, menzioni d' onore, nelle sezioni amatori e studenti, riceveranno gli attestati a mezzo mail entro e non oltre il 15 aprile 2019

P.S. Il suddetto regolamento è suscettibile di variazioni