La Pubblicità socialmente responsabile premiata a Massa Marittima Gli esperti dell'Università Cattolica di Milano hanno selezionato le 9 campagne pubblicitarie che concorreranno il 25 ottobre alla conquista del premio annuale dedicato a San Bernardino, patrono dei pubblicitari. Tra le novità 2008, uno speciale concorso rivolto ai ragazzi delle scuole superiori che si affianca al ³Premio Giovane Consumatore² E' imminente l'appuntamento con il Premio San Bernardino, che ogni anno elegge nell'incantevole cornice di Massa Marittima la migliore pubblicità sociale dell'anno. L'evento, giunto alla sua sesta edizione e forte di una tradizione consolidata, si prepara ad accrescere la sua rilevanza grazie ad un ricco parterre di ospiti e ad alcune importanti novità. La tappa decisiva in vista del Premio San Bernardino 2008 è il completamento della rosa delle campagne pubblicitarie finaliste, frutto della selezione operata da una squadra di ricercatori ed esperti del Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, diretto dal professor Francesco Casetti. Ai fini della selezione sono state considerate le campagne di contenuto etico e sociale realizzate in Italia, on air tra i mesi di ottobre 2007 e agosto 2008 su tv, radio, stampa e web, distintesi per efficacia comunicativa, spirito innovativo, responsabilità e valori veicolati dal messaggio. Ecco la lista completa dei competitors per l'ambito riconoscimento:: o FERRERO - Kinder + Sport o HEINEKEN - Enjoy Responsably o VODAFONE - My future is now (con la collaborazione di Enel e Legambiente) o BACARDI Limited - Don't drink and drive o PERFETTI e WWF - Vigorsol Air Action campagna 2008 o OSRAM - Global Care o MITSUBISHI Electric - Climatizzatore Kirigamine o BOSCH - Frigorifero Celebrity o iGUZZINI - Campagna contro l'inquinamento luminoso Una giuria di professionisti ed esperti di comunicazione valuterà le diverse proposte per eleggere la pubblicità socialmente responsabile dell'anno al termine di un approfondito dibattito. Questa edizione inizierà con il benvenuto di S.E. Mons. Giovanni Santucci, ideatore della manifestazione, che accoglierà spettatori e relatori presso il seminario Vescovile di Massa Marittima. Al saluto delle autorità cittadine e di un esponente della curia romana seguirà il cuore della manifestazione. Sarà dato particolare rilievo al lavoro svolto dai ragazzi, infatti Il Premio San Bernardino, oltre a suscitare la riflessione dei creativi e degli operatori, si propone di coinvolgere in modo sempre più attivo i giovani, prolifici fruitori dei mezzi di comunicazione, nonché principali destinatari di molti messaggi, per promuovere un loro approccio consapevole nei confronti della pubblicità. Con questo spirito nasce uno speciale concorso dedicato agli studenti delle scuole superiori, che dovranno sfoderare la loro creatività per dare vita ad una campagna pubblicitaria. I lavori dei ragazzi saranno valutati il 25 ottobre a Massa Marittima dalla giuria ufficiale del Premio, e il messaggio più originale sarà poi pubblicato su di una serie testate. Sulla stessa linea si pone la conferma, dopo il grande successo dello scorso anno, del ³Premio Giovane Consumatore². I ragazzi delle scuole, voteranno la loro pubblicità preferita tra le campagne selezionate. Dopo la visione delle campagne pubblicitarie finaliste, si procederà ad una breve analisi preparata dagli esperti dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano per poi arrivare alla consegna dei tre premi in programma: oltre al Premio San Bernardino, verranno assegnati il Premio ³Giovane Consumatore² e ³Progetto Scuole². A seguire S.E. Mons. Giovanni Santucci coordinerà un seminario d'approfondimento moderato dal noto opinionista di Libero, Renato Farina. Al tavolo, tra gli altri parteciperanno Giovanna Maggioni, direttore generale dell'Utenti Pubblicità Associati (UPA), S.E. Mons. Claudio Celli, Presidente del Pontificio Consiglio per le Comunicazioni Sociali, il professor Francesco Casetti, direttore del Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, Gianluca Comin, direttore della Comunicazione di Enel e presidente della Ferpi, Pierluigi Bachi, creativo

e Mons. Luciano Frigerio, esperto di comunicazione della Diocesi di Milano. Il Premio San Bernardino nasce nel 2003 su iniziativa di monsignor Giovanni Santucci, Vescovo di Massa Marittima - Piombino, per celebrare la figura di Bernardino da Siena, il Santo patrono dei pubblicitari, nativo della storica cittadina in provincia di Grosseto. L'evento, frutto di una consolidata collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, si pone come un momento di approfondimento e riflessione per gli operatori del settore. Giunto alla sesta edizione, il Premio è diventato nel corso degli anni un appuntamento di punta nel mondo della comunicazione italiana, in linea con la crescente importanza della pubblicità socialmente responsabile. Per informazioni più dettagliate: Tino Redaelli 289289300