riceviamo e volentieri pubblichiamo

PREMIO SAN BERNARDINO 2010: ECCO LE CAMPAGNE FINALISTE

Un team di esperti dell'Università Cattolica di Milano ha selezionato gli spot che si contenderanno l'oscar della pubblicità socialmente responsabile, in programma sabato 6 novembre a Massa Marittima (GR)

Torna come ogni anno il Premio San Bernardino, il riconoscimento che incorona le migliori campagne di comunicazione per contenuto etico ed efficacia comunicativa. L'oscar della pubblicità socialmente responsabile, giunto alla sua ottava edizione, è nato dalla volontà di Monsignor Giovanni Santucci, per molti anni vescovo della diocesi di Massa Marittima-Piombino e attuale vescovo della diocesi di Massa Carrara-Pontremoli, di celebrare la figura di San Bernardino da Siena, nativo della cittadina massetana e santo protettore dei pubblicitari. Il tutto con una particolare attenzione al mondo dei giovani e dei ragazzi, principali destinatari dell'evento, con lo scopo di renderli attenti e consapevoli nei confronti della comunicazione commerciale. Il Premio San Bernardino 2010 si svolgerà, come sempre, nella cornice di Massa Marittima sabato 6 novembre 2010 a partire dalle ore 9,30 presso il Seminario Vescovile (via San Francesco 10), alla presenza di prestigiosi ospiti ed esperti del mondo accademico e pubblicitario.

Le pubblicità finaliste sono state selezionate dopo un attento screening da parte di una squadra di ricercatori del Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, presieduta dal professor Francesco Casetti, in collaborazione con l'Università degli Studi di Pavia.

Le campagne oggetto della ricerca, on air nel periodo compreso tra i mesi di ottobre 2009 e agosto 2010, si distinguono per contenuti di particolare responsabilità su vari fronti, dall'attenzione ambientale al tema della pace e della prudenza alla guida. Ulteriori criteri di selezione sono stati l'efficacia comunicativa,

l'impatto e l'incisività nel veicolare tali valori nei confronti di utenti e potenziali consumatori.

Ecco le campagne finaliste per l'edizione 2010 del Premio San Bernardino:

- **Toyota - ³Rigenera l'energia²**
- **Bacardi - ³Bacardi Limited. Champions drink responsibly²**
- **Chiquita - ³L'ambiente giusto fa sviluppo² in collaborazione con Coopi**
- **Elena Mirò - ³Dona l'usato² in collaborazione con Humana Italia Onlus**
- **Levissima - ³You 4planet, vivi il pianeta responsabilmente²**
- **Banca Monte dei Paschi di Siena - ³Internet for Peace²**
- **Renault - ³Drive the change²**
- **Samsung - ³Blue Earth²**
- **Acqua San Benedetto - ³San Benedetto sostiene il progetto Tck Tck Tck²**
- **Enel - In cammino verso il futuro**

I ricercatori dell'Università Cattolica di Milano presenteranno le campagne finaliste, che saranno esaminate da una giuria di esperti.

Ad affiancare la manifestazione ufficiale, la consegna di altri due riconoscimenti concepiti per avvicinare ulteriormente i giovani al mondo dell'advertising: gli studenti di alcune scuole superiori delle province di Livorno e Grosseto assegneranno infatti il Premio Giovane Consumatore alla loro campagna preferita; gli stessi giovani concorreranno anche per il cosiddetto Premio Progetto Scuole, che li vedrà in campo nel realizzare autentiche campagne pubblicitarie di contenuto etico, che saranno esaminate e valutate dalla giuria.

L'edizione 2010 del Premio San Bernardino per la pubblicità socialmente responsabile vede per la prima volta il contributo di Intesa San Paolo in qualità di sponsor.

Il Premio San Bernardino nasce nel 2003 su iniziativa di monsignor Santucci e della diocesi 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 tra l'Università Cattolica di Milano e MAB.q srl, si pone come un momento di approfondimento e riflessione per gli operatori del

settore. Il premio è ormai diventato un atteso appuntamento a livello nazionale, in linea con la crescente attenzione che pubblico e aziende riservano nei confronti della comunicazione etica e responsabile.

L'edizione 2009 è stata vinta dalle campagne di Mercedes ³Eco Stop/Start² e di Banca Intesa San Paolo ³progetto Per Fiducia².