

Rompere gli schemi per vincere

La giuria ha premiato su tutti la campagna Dove (Unilever) 'Per la bellezza autentica', avendone riconosciuto l'onestà del messaggio e la capacità di andare contro un luogo comune. Assegnati anche i premi di categoria, quelli speciali, le menzioni

PREMIO ASSOLUTO: UNILEVER ITALIA, DOVE 'PER LA BELLEZZA AUTENTICA'

Un progetto a livello mondiale promosso da Dove in collaborazione con studiosi, psicologi ed esperti di comunicazione. La campagna si propone di sensibilizzare tutte le donne sui temi della ricerca di una bellezza reale e non stereotipata. Si propone, anche, di attivare un nuovo approccio all'idea di bellezza, più personale, più rispondente a codici privati. La campagna pubblicitaria utilizza infatti donne con imperfezioni o avanti con gli anni. Sul sito www.perlabellezzaautentica.it, è stato ideato inoltre un forum in cui le donne possono discutere e lasciare la propria opinione sulla bellezza e sugli standard imposti dalla società. Per prevenire anoressia e bulimia è stato creato poi il

'Fondo Dove per l'Autostima' a sostegno di iniziative ad hoc.

COMUNICAZIONE D'IMPRESA: ATM (AZIENDA TRASPORTI MILANESI), PER IL PROGETTO 'BUON SAMARITANO'

In collaborazione con la Federazione Fratelli di San Francesco, anche quest'anno Atm ha attrezzato un autobus per assistere e trasportare nei Centri accoglienza le molte persone che vivono al freddo per strada. Il progetto vuole sensibilizzare l'opinione pubblica e

aiutare gli altri attraverso un mezzo di trasporto pubblico.

COMUNICAZIONE PUBBLICA: POLIZIA DI STATO, 'PREVENZIONE PER LE TRUFFE AGLI ANZIANI' E 'GUIDO CON PRUDENZA'

La prima è una campagna di informazione per fornire consigli utili e indicazioni sulle strutture istituzionali di riferimento. Diffusione sulle tre reti Rai dello spot realizzato con gli attori della fiction tv 'La squadra' e distribuzione di un decalogo di consigli. La seconda campagna premiata, realizzata con la fondazione Ania per la sicurezza stradale, è stata concepita per prevenire le stragi del sabato sera.

COMUNICAZIONE SOCIALE: FONDAZIONE PIAZZA DEI MESTIERI, CAMPAGNA DI BRAND IMAGE

La Piazza dei Mestieri ha finalità educative. In particolare intende favorire la preparazione e l'avviamento dei giovani al lavoro, migliorando e innovando i servizi educativi, ponendo attenzione particolare alle politiche di inclusione sociale e alla prevenzione delle diverse forme di disagio giovanile e ai fenomeni di dispersione scolastica.

COMUNICAZIONE INTERNA: BANCA INTESA PER WEBINTESA TV

La corporate Tv di Banca Intesa si rivolge a un universo di 40mila dipendenti raggiunti attraverso 2mila parabole satellitari. Il palinsesto è diretto alla produzione e diffusione di programmi per la comunicazione interna e la formazione del personale.

EDITORIA: ASSOCIAZIONE TRENTA ORE PER LA VITA - 'IL MONDO DEI CONTRARI'

Bambini soldato, bambini di strada, bambini



spinti alla prostituzione, sfruttati. Sono loro i protagonisti delle dieci favole, ispirate a storie vere, raccolte nel libro, edito da Rai-Eri. Un libro che nasce come mezzo per far conoscere, per spiegare, realtà lontane in modo piacevole. Scritte da Fabrizio Luciani, con le illustrazioni di Alberto Ruggieri, queste 'nuove favole' sono nate per iniziativa dell'Associazione Trenta Ore per la Vita onlus.

RADIO: PROGRAMMA DI RAI RADIO UNO 'DIVERSI DA CHI' CONDOTTO DA ILARIA SOTIS
'Diversi da chi?' è un programma di Radiol, ideato da Giovanni Paolo Fontana. Da quest'anno la cura e la conduzione sono passati a Ilaria Sotis. Si tratta di una rubrica della durata di 5', in onda il sabato e la domenica. Nella trasmissione, che tratta il tema dell'handicap attraverso storie significative, iniziative, testimonianze e dibattiti, trovano spazio gli aspetti sociali legati al mondo della disabilità e le notizie d'attualità. 'Diversi da chi?' si avvale anche delle segnalazioni degli ascoltatori e della collaborazione con le associazioni di volontariato.

TELEVISIONE: PROGRAMMA DI RAI DUE 'UN MONDO A COLORI'

'Un mondo a colori' è dedicato ai processi di interazione fra culture di etnie diverse. Va in onda dal martedì al venerdì su Rai Due e si articola in inchieste, testimonianze e reportage. Giunto alla terza edizione, il programma di Rai Educational costituisce una sorta di osservatorio permanente sulla presenza di culture diverse in Italia e, parallelamente, documenta i riflessi dell'immigrazione sulla comunità di accoglienza. 'Un mondo a colori' attraversa anche i luoghi del disagio, dove le possibilità di convivere pacificamente si scontrano con l'incomunicabilità delle armi.

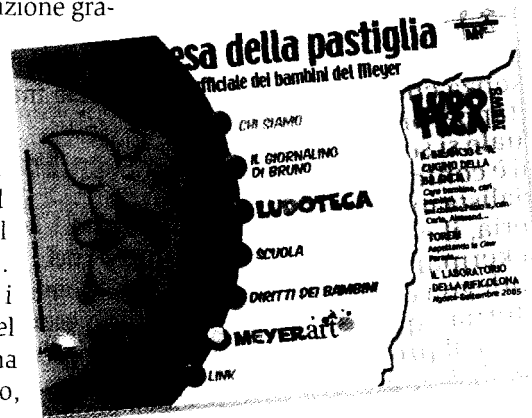
INTERNET: SITO PER L'INFANZIA 'LA PRESA DELLA PASTIGLIA', FONDAZIONE MEYER

Nato nel febbraio 2001 il sito si è subito caratterizzato per l'appropriatezza del linguaggio,

l'efficacia della comunicazione e l'originalità dell'impostazione grafica.

Linguaggi semplici e immediati, personaggi propri del mondo del bambino.

Navigando i bambini del Meyer, ma non solo, possono trovare storie e disegni e conoscere i diritti dei bambini in ospedale attraverso i simpatici racconti di Bruno lo Zozzo e il suo amico invisibile il Maialino Giovanni.



CINEMA: 'ALLA LUCE DEL SOLE' DI ROBERTO FAENZA

Il film segue gli ultimi due anni di vita di don Giuseppe Puglisi, il coraggioso parroco del quartiere Brancaccio assassinato il 15 settembre 1993 e interpretato da un convincente Luca Zingaretti. Don Puglisi è stato ucciso dalla mafia non lontano dalla parrocchia in cui aveva preso servizio due anni prima e che era diventata, grazie a lui, un centro di accoglienza, nonché un punto di riferimento per bambini e ragazzi. Ai bambini, al tentativo di offrire loro la possibilità di crescere in un mondo migliore (sottraendo i bambini alla strada, li sottraeva al reclutamento dei boss), ha dedicato infatti la sua vita.

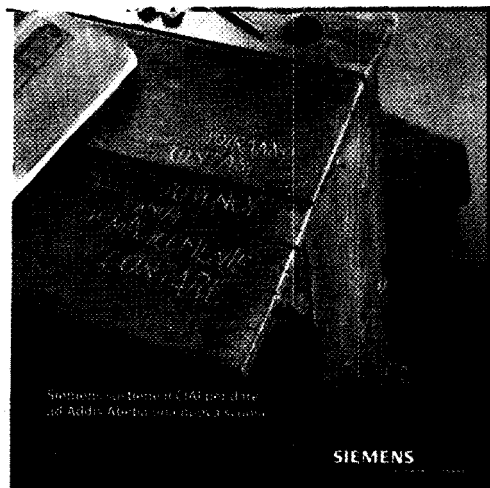
TEATRO: PICCOLO TEATRO DI MILANO, 'IL FESTIVAL DEL MEDITERRANEO'

Si è svolto dall'8 ottobre al 23 dicembre 2004 questo festival di teatro internazionale dedicato ai Paesi che si affacciano sulle sponde del sud del Mediterraneo. Da Rabat a Beirut, passando per Algeri, sono stati rappresentati oltre 30 spettacoli provenienti da 18 Paesi diversi. Tre mesi per conoscere mondi affasci-

nanti e misteriosi, per scoprirne le culture, per avvicinare nuovi modi di concepire lo spettacolo dal vivo, con incursioni nel teatro, nella danza e nella musica di paesi che da sempre condividono lo stesso mare.

**GIORNALISTI: FRANCESCO MAGGIO,
SETTIMANALE 'VITA'**

Trentotto anni, laureato in economia all'Università di Bologna nel 1991, è stato ricercatore economico a Nomisma. Giornalista, scrive di finanza etica, economia nonprofit e responsabilità sociale d'impresa per *Il Sole 24 Ore* e per il settimanale *Vita*, di cui è responsabile delle pagine economiche e dell'inserito *Etica&Finanza*. E' autore di alcuni libri. Da tre anni insegna finanza etica al Master in Fund Raising e Corporate Social Responsibility dell'Università di Bologna, sede di Forlì.

**PREMIO SPECIALE CLUB SANTA CHIARA:
SIEMENS ITALIA, PROGETTO 'SIEMENS
PER I BAMBINI DELL'ETIOPIA'**

Da sempre Siemens opera affinché i bambini - la futura generazione di lavoratori, clienti e membri della comunità - possano crescere nel modo migliore. In occasione del Natale 2004, Siemens Italia ha contribuito al lavoro del Ciai (Centro italiano aiuti all'infanzia) con una speciale donazione che ha visto coinvol-

ti tutti i dipendenti, i partner e gli amici di Siemens. Siemens ha poi raddoppiato i contributi ricevuti da tutti, facilitando così il raggiungimento della cifra prevista per la realizzazione del progetto.

**PREMIO SPECIALE TEMPO ECONOMICO:
COMUNE DI ROVIGO, 'PREMIO CITTÀ
DI ROVIGO SULLA CSR NAZIONALE'**

Il Premio Nazionale Città di Rovigo per la Responsabilità Sociale delle Imprese si pone l'obiettivo di agevolare la diffusione della cultura della responsabilità sociale e delle 'buone pratiche'; di premiare quelle imprese e altre realtà il cui impegno sociale realizzato e comunicato sia effettivo; di sostenere lo scambio di esperienze tra i vari attori coinvolti su tale tema. La partecipazione al premio è gratuita ed è aperta alle piccole, medie e grandi imprese, agli enti locali ed alle istituzioni pubbliche.

**PREMIO SPECIALE NIELSEN MEDIA
RESEARCH: TSF, 'IL MUSICAL'**

Raccontare l'azienda attraverso metafore. Raccontare l'azienda in musica, parole, balli ed emozioni. Raccontare l'azienda con il musical. E' quello che ha fatto lo scorso 17 settembre Tsf, azienda operante nel settore dei servizi di information & communication technology per il trasporto, trasformando una convention aziendale in un musical interamente scritto, cantato, ballato e recitato dalle persone dell'azienda. Come per tutte le ultime iniziative, Tsf anche in questa occasione ha scelto, inoltre, di sostenere una associazione onlus, con la vendita di oggetti promozionali.

**PREMIO SPECIALE PLANET LIFE
ECONOMY FOUNDATION: BNL,
PROGETTO 'GIORNALISMO D'IMPRESA'**

Uno dei principali canali attraverso i quali la strategia viene esercitata è l'house organ del gruppo: ne segue la vita nei suoi aspetti principali dal 1993. Attraverso le sue pagine la rivista si propone come uno strumento di approfondimento e informazione volto a sviluppare

il dibattito sulle principali tematiche attinenti al mondo della Banca e del Gruppo nonché su argomenti economico sociali di comune interesse. In essa si affrontano quindi temi di interesse generale, si annunciano le novità provenienti dalle direzioni e dalle strutture interne... Non mancano infine notizie di sport, turismo, news e curiosità che arrivano fuori dal mondo strettamente bancario.

**PREMIO SPECIALE ISVI:
HUMANITAS, GIORNALE TELEMATICO
'HUMANITAS SALUTE'**

E' il primo giornale telematico realizzato da un gruppo ospedaliero italiano dedicato ai temi della salute, della sanità e del benessere. Una web-zine registrata realizzata interamente negli ospedali del Gruppo Humanitas come strumento di divulgazione medico-scientifica destinato al pubblico generico e agli operatori del mondo della comunicazione. Il giornale ospita news medico-scientifiche, commenti, interviste ad esperti italiani e stranieri, servizi speciali e rubriche di approfondimento, curiosità, consigli pratici sulla prevenzione delle malattie più diffuse, notizie dal mondo del volontariato e la rubrica di una psicologa specializzata.

**PREMIO SPECIALE ALCATEL: ISTITUTO
CUNIOLO, 'SIAMO TUTTI
SULLA STESSA STRADA: TIRISPETTO'**

Parte nel corso dell'autunno la seconda campagna per la sicurezza stradale dell'autotrasporto promossa dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e progettata dalla Fondazione Cuniolo. Sei 'giganti della strada' circoleranno sino ad aprile lungo strade e autostrade italiane fermandosi in otto città (dove si terranno convegni tematici) e portando un messaggio: la sicurezza nasce dal rispetto reciproco. Previste anche altre iniziative tra le quali un filmato di 10' sul mondo dell'autotrasporto da diffondere con un Dvd, una campagna pubblicitaria sulla stampa di settore e sui quotidiani

**PREMIO SPECIALE DELLA GIURIA:
RAI CINEMA**

Rai Cinema nasce il 1° Giugno del 2000, ma ha già una storia ricca di successi. Ha contribuito a produrre i film che hanno ricevuto i più prestigiosi riconoscimenti nazionali ed internazionali e ha raggiunto un significativo posizionamento nel mercato dell'acquisto.

**PREMIO SPECIALI DELLA GIURIA: PAOLO
PELUFFO, CONSIGLIERE COMUNICAZIONE
DELLA PRESIDENZA DELLA REPUBBLICA**

Il premio è stato assegnato in virtù delle strategie comunicative del Quirinale culminate nella reintroduzione della festa della Repubblica del 2 giugno attraverso un attento piano di ri-posizionamento.

**MENZIONE SPECIALE: BAYER,
LUNGOMETRAGGIO 'IL VIAGGIO'**

Bayer è impegnato in progetti culturali e sociali, crede nell'importanza di diffondere messaggi positivi legati alla solidarietà, all'ambiente, ai giovani. In quest'ottica, ha sostenuto, con il patrocinio del Segretariato Sociale della Rai e dell'Ente Parco Nazionale Gran Paradiso, la realizzazione del lungometraggio in digitale per la tv 'Il viaggio' di Ettore Pasculli. Ispirato alle vicende dell'unico film incompiuto di Federico Fellini 'Il viaggio di G. Mastorna' andrà in onda sulla seconda rete Rai. E' il primo episodio della serie 'Grazie alla vita', sui temi della solidarietà.

**MENZIONE SPECIALE: COMUNE DI COMO,
PER L'ORGANIZZAZIONE
DELLA PRIMA NOTTE BIANCA**

La prima Notte Bianca a Como si è svolta l'11 giugno 2005. Dodici ore in cui sono stati concentrati 140 eventi distribuiti nell'area storica e lungo le rive del lago cittadino. La filosofia che ha sostenuto l'iniziativa è stata valorizzare le realtà locali, ottimizzare le risorse per creare un evento che avesse innanzitutto la pretesa di far ritrovare in piazza tutta la città.