



Presentazione

Centro Responsabilità
Sociale San Bernardino

Premessa

Marketing 3.0

Sempre più aziende puntano sulla **Corporate Social Responsibility** e adottano la **comunicazione sociale** per trasmettere valore aggiunto. Per essere vincenti alle imprese è richiesto di implementare azioni e comportamenti che contribuiscano concretamente alla crescita e al benessere della società, **che riflettano la presa di conoscenza del ruolo che ricoprono e dell'impatto che hanno sulla comunità stessa.**

Formazione e informazione sono gli strumenti necessari per promuovere un cambiamento, incidere sugli atteggiamenti, renderli più etici e sostenibili.



Pubblicità Sociale Profit

Un valore aggiunto

*Le comunicazioni sociali da parte dell'azienda se inserite in una strategia coerente e trasparente creano un **reale valore aggiunto**.*

Sul tema CSR e Comunicazione Sociale ci sono molte *buzzwords*, ma manca un Centro in grado di elaborare un pensiero olistico che accomuni l'etica dello sviluppo con la CSR e la relativa comunicazione, mirata alla **promozione di solidi valori e all' incentivazione di comportamenti etici**.



Centro per la Responsabilità Sociale «San Bernardino»

Il Concept

L'idea del Centro trae origine dal Premio San Bernardino che, dal 2003, viene conferito quale riconoscimento alle **campagne di comunicazione aziendale a carattere etico-sociale** – realizzate in Italia nell'anno corrente e diffuse tramite TV, web e stampa – e che si sono distinte per **l'efficacia, l'originalità e la qualità del messaggio**.

Il Premio è da sempre sostenuto dal **Dicastero per la Cultura e l'Educazione** e dall'**Università LUMSA di ROMA**.



LUMSA
UNIVERSITÀ



Pubblicità Socialmente Responsabile

Un nuovo compito per l'impresa moderna

Digitando queste tre parole-chiave sui principali motori di ricerca si ritrovano quasi unicamente contenuti che si riferiscono al Premio San Bernardino: un posizionamento definito e valorizzato negli anni grazie alla diffusione di contenuti ottimizzati in ottica SEO.

Circa 346.000 risultati (0,36 secondi)



Premio San Bernardino per la **pubblicità socialmente responsabile** nasce nel 2003 a Massa Marittima, su iniziativa di Monsignor Giovanni Santucci, per celebrare la figura di San Bernardino da Siena, patrono dei **pubblicitari** e nativo della cittadina medievale arroccata sulle colline della Maremma. 17 dic 2018

www.pubblicitaprogresso.org > News > News
[Premio San Bernardino per la pubblicità socialmente ...](#)

[Informazioni sugli snippet in primo piano](#) [Feedback](#)

www.primaonline.it > 2019/12/02 > roma-premio-san-bernardino-per... ▾
[Roma – Premio San Bernardino per la pubblicità socialmente ...](#)
Roma – Premio San Bernardino per la **pubblicità socialmente responsabile**. 02/12/2019 | 17:58. L'ironia come chiave per insegnare le regole del riciclo perché ...

www.lumsa.it > premio-san-bernardino-la-pubblicità-responsabile ▾
[Premio San Bernardino per la pubblicità responsabile - Lumsa](#)
3 dic 2019 - Nel corso dell'evento saranno consegnati il Premio **Pubblicità Socialmente Responsabile**, sezioni Profit e Non Profit e il Premio Giovane ...

www.redattoresociale.it > article > notiziario > hater_e_discriminazioni... ▾
[Hater e discriminazioni. Un premio alla pubblicità socialmente ...](#)
5 dic 2019 - Un premio alla **pubblicità socialmente responsabile** ... Piccoli di Acra, Ismu e Pubblicità progresso realizzata dall'agenzia Acqua group con il ...

Centro per la Responsabilità Sociale «San Bernardino»

Mission

Il Centro per la Responsabilità Sociale San Bernardino nasce con l'obiettivo di favorire la progettazione di attività sociali e culturali volte a sottolineare la responsabilità della pubblicità e dei media nel sostenere valori autentici che incidano positivamente sulla società.

Obiettivi

- **Valorizzare la comunicazione sociale** e della **CSR** intesa come strumento in grado di diffondere informazioni che possano migliorare la qualità della vita delle persone e accrescere con il tempo la reputazione delle imprese.
- **Studiare il fenomeno**, valutarne l'efficacia e l'impatto che questo ambito della conoscenza riveste nella società.
- **Incentivare l'assunzione di comportamenti etici** nell'uso di tutti gli strumenti di comunicazione sia da parte dei professionisti del settore, che dei giovani aspiranti futuri pubblicitari.



Centro per la Responsabilità Sociale «San Bernardino»

Promotori



Ispromay è una content company comunicativa che mette in relazione tra loro i saperi, le professionalità e le tecnologie dell'editoria, dell'informazione e della divulgazione. **Ispromay** cura l'organizzazione del Premio San Bernardino alla pubblicità etica. L'agenzia dispone al suo interno di un team esperto in comunicazione e pubblicità sociale.



ALBERTO CONTRI

Coordinatore del Comitato scientifico, massmediologo, Past President della Fondazione Pubblicità Progresso (1999-2019)



Centro per la Responsabilità Sociale «San Bernardino»

Comitato Scientifico

Il Centro si è dotato di un Comitato Scientifico che coinvolge docenti di Facoltà e Master che trattano la comunicazione o tematiche correlate, al fine di avere una rappresentanza di tutto il territorio nazionale e un completo parterre di docenti qualificati sui temi della comunicazione sociale, CSR, sociologia, etica dello sviluppo tecnologico.

Per contribuire al sostegno del Centro, si prevede il coinvolgimento di altri soggetti istituzionali e/o privati interessati a valorizzare l'iniziativa.

Centro per la Responsabilità Sociale «San Bernardino»

Comitato Scientifico

Stefania Bandini / Informatica e I.A. – Università degli Studi Milano-Bicocca/University of Tokio

Raffaele Barberio / Sociologia – Dir. di www.key4biz

Roberto Bernocchi / Comunicazione Sociale – Università degli Studi Padova

Claudia Cagliano / Comunicazione sociale e Strategic planning – IED Istituto Europeo di Design di Torino

Alberto Contri / Past President Pubblicità Progresso

Piero Dominici / Sociologia dei processi culturali e comunicativi – Università di Perugia

Edoardo Fleischner / Comunicazione Crossmediale – Fondazione Milano

Armando Fumagalli / Scienze della comunicazione e dello spettacolo – Università Cattolica

Luca Grion / Filosofia – Università di Udine e Istituto Maritain

Patrizia Lombardi / Architettura – Prorettrice del Politecnico di Torino

Carla Lunghi / Sociologia dei processi culturali e comunicativi – Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

Centro per la Responsabilità Sociale «San Bernardino»

Comitato Scientifico

Alberto Mattiacci / Economia – Università La Sapienza

Giuseppe Minoia / Senior Insight Advisor GfK Italia

Mario Molteni / Corporate strategy, Università Cattolica, e CEO di E4Impact Foundation

Paola Panarese / Sociologia dei Processi culturali e comunicativi – La Sapienza

Gianna Angelini / Semiologia – Accademia delle Belle Arti di Roma

Luca Peyron / Teologia – Università Cattolica – IUSTO Torino

Roberto Randazzo / Diritto degli enti non profit – Università Bocconi e SDA Bocconi

Giorgio Ventre / Informatica – Università Federico II Napoli

Vincenzo Russo / Comunicazione e Neuromarketing – Behavior and Brain Lab IULM

**Organizzazione
Eventi**

Ricerca e Analisi

Consulenza

Magazine

Attività

Organizzazione eventi

Organizzazione del **Premio San Bernardino**, quale riconoscimento conferito alla migliore **campagna pubblicitaria aziendale a carattere etico-sociale**. Premio da svolgere su scala nazionale, coinvolgendo scuole secondarie e facoltà universitarie.

Organizzazione di un **convegno scientifico** il giorno della premiazione, dedicato ai professionisti della comunicazione e accreditato presso **l'Ordine dei giornalisti**. Il convegno si avvale di validi e qualificati esperti e operatori della comunicazione in grado di analizzare la situazione attuale e l'evoluzione della comunicazione sociale e di CSR.

Conferimento del **Premio Giovane Pubblicitario** con il coinvolgimento di istituti superiori dove sono attivi corsi di grafica pubblicitaria. L'obiettivo è quello di **promuovere il tema della comunicazione etica e fornire un'occasione di formazione ai pubblicitari del futuro**. Agli aspiranti giovani creativi viene richiesta la realizzazione di una campagna pubblicitaria a favore della CSR di un'impresa, di un ente, di un'associazione, di una fondazione.



Attività

Premio San Bernardino - Convegni

Dal 2016 il Premio San Bernardino organizza il giorno della premiazione un convegno scientifico dedicato ai professionisti della comunicazione e accreditato presso l'Ordine dei giornalisti.

Il convegno si avvale di validi e qualificati esperti e operatori della comunicazione, che raccontano la situazione attuale e analizzano come il panorama si stia evolvendo: le strategie seguite dal marketing e dalla pubblicità che cercano di indurre dei cambiamenti positivi nella società, ma anche come i cambiamenti, tecnologici e culturali, modificano quotidianamente il modo di comunicare.

Convegni

- 2016 «Unconventional communication: una risorsa per il non profit?»;
- 2017 «Dallo storytelling allo storyselling: come i media hanno modificato la narrazione pubblicitaria»;
- 2018 «Foodtelling. Il racconto del cibo tra nuovi linguaggi e nuovi trend di consumo»;
- 2019 «Le sfide della comunicazione ecosostenibile: comunicare informazioni rilevanti e costruire consapevolezza»;
- 2020 «Comunicare l'emergenza e comunicare nell'emergenza: errori e case history di successo al tempo del coronavirus»;
- 2021 «Sfide e prospettive nell'era della comunicazione e dell'IA.»;
- 2022 «Come la comunicazione contrasta il body shaming e valorizza la diversità»;
- 2023 «Raccontare la natalità: narrazione e sensibilizzazione per il cambiamento».

L'Archivio della campagne sociali internazionali

Occupandosi in particolare di comunicazione sociale, il Centro si è dotato di un esclusivo archivio continuamente aggiornato delle più diverse e interessanti attività di comunicazione selezionate tra le più performanti del mondo (campagne, flash mob, eventi, operazioni speciali).

Attività

Premio San Bernardino - Seminari

Il CRS ha iniziato dal 2022 a organizzare seminari specialistici sui diversi aspetti della responsabilità sociale di particolare interesse per imprese e operatori del settore.

2022 Coltivare la terra. Nutrire la vita

Rispettare le risorse naturali, assicurando contemporaneamente il nutrimento agli esseri umani nonostante l'impatto dei cambiamenti climatici, l'incremento demografico, l'aumento dei prezzi di produzione.

Sono questi gli obiettivi dell'agricoltura sostenibile, dove la parola sostenibilità non è riferita soltanto ad una responsabilità nei confronti dell'ambiente, ma anche delle persone, della qualità della vita di chi si occupa della produzione, i diritti umani di chi opera nel settore e l'equità sociale.

Il convegno scientifico sul tema agricoltura/cibo/nutrizione si è svolto nel 2022 nell'ambito della manifestazione "Sol&Agrifood", - in contemporanea con Vinitaly ed Enolitech - presso il Salone Internazionale dell'Agroalimentare di qualità, a Verona, fiera b2b dedicata a chi offre e chi cerca solo prodotti d'eccellenza.

2022 Promuovere la salute. Nutrire la vita.

La Responsabilità Sociale dell'Impresa è chiamata in causa in maniera particolare quando si tratta di alimentazione perché è un tema che coinvolge l'agricoltura, la produzione, la distribuzione e anche tutta la comunicazione ad esse correlate. La sana alimentazione costituisce un fattore chiave nella prevenzione delle malattie degenerative e, per questo, sia lo Stato che le Imprese hanno una particolare responsabilità nel dare corretti consigli alla popolazione, soprattutto considerando l'aumento esponenziale del livello di povertà.

Il convegno scientifico si è svolto a Roma presso l'Università LUMSA di Roma.



Attività

Premio San Bernardino - Seminari

2023 Innalzamento delle competenze e responsabilità sociale: il valore dell'investimento nella formazione continua

Il 2023 è stato l'Anno europeo delle competenze 2023, ovvero un'occasione importante per riflettere sulle abilità e le conoscenze necessarie per affrontare le sfide del futuro.

Il convegno ha promosso una discussione tra rappresentanti istituzionali, esperti e professionisti provenienti da diverse aree, allo scopo di condividere buone pratiche, esperienze e strategie utili a sviluppare le competenze chiave per la formazione nel lavoro e nella cittadinanza attiva.

L'evento si è svolto presso Spazio Europa, sede della Rappresentanza in Italia della Commissione Europea, che ha dato anche il Patrocinio.

2024 Sostenibilità E Governance Aziendale. La rivoluzione della DIRETTIVA CSRD

Se da una parte la Direttiva si pone come un'opportunità strategica per le aziende, che potrebbero beneficiare di un vantaggio competitivo - poiché la trasparenza e la sostenibilità diventano sempre più importanti per i consumatori, gli investitori e i regolatori, dall'altra parte è innegabile che essa presenti una complessità normativa come anche una mancanza di coerenza tra le normative nazionali e internazionali, che potrebbe creare confusione per le aziende operanti a livello globale. Il convegno si è svolto in collaborazione con Delegazione Roma Regione Lombardia.



Attività

Ricerca e Analisi

Istituzione **di una rete di ricerca universitaria** per il monitoraggio e analisi delle campagne pubblicitarie socialmente responsabili nell'ottica di confrontare le migliori *best practices*.

Costruzione di un **archivio ragionato della comunicazione sociale**, un *data base* di campagne sociali di CSR da utilizzare per seminari, lezioni, convegni.

Predisposizione di un **laboratorio virtuale** in grado di coinvolgere università e scuole, che faccia conoscere le campagne e le faccia votare.



Attività

Consulenza

Attività di consulenza per seminari ed eventi *ad hoc*,
per istituzioni locali, nazionali e internazionali,
imprese, sistema formativo, con il contributo
(remunerato) dei docenti dei Poli Universitari aderenti.



Attività

Magazine

Il mondo dei media è in costante evoluzione e la pubblicità deve mutare i suoi linguaggi secondo gli scenari di riferimento e i pubblici a cui si rivolge. Nella giungla della comunicazione pubblicitaria che quotidianamente ci colpisce su ogni device, diventa fondamentale l'opera di una istituzione che analizza i vari fenomeni criticamente e li restituisce all'opinione pubblica contestualizzandoli.

Il Centro di responsabilità sociale San Bernardino è una testata di informazione a tutti gli effetti: un media unico che commenta il tema della pubblicità sociale e argomenti affini, attraverso il lavoro dei contributors, massimi esperti nei temi di riferimento.

<https://responsabilita-sociale.org>



Mission

Target

Informazione: capacità di stare sulle notizie del giorno sui temi della comunicazione sociale con un'attenzione specifica sulle iniziative pubblicitarie promosse dalle aziende con fini etici e/o educativi.

Divulgazione: diffusione dell'informazione su questi temi a un pubblico più ampio, attraverso la riformulazione e l'adattamento dei contenuti.

Formazione: attività formative sul tema per esperti di comunicazione, aziende, soggetti istituzionali.

Target primario

- Professionisti della comunicazione (Italia)

Target Secondario

- Organizzazioni, istituzioni, aziende, agenzie (Italia)

Argomenti

Oltre al tema della pubblicità sociale e della comunicazione etica, il magazine si pone come obiettivo quello di trattare i temi della tecnologia e dell'innovazione, analizzando e approfondendo le implicazioni a livello etico di alcune soluzioni di intelligenza artificiale.

Di seguito si propongono alcuni macrotemi che sono affrontati dal magazine .

**Pubblicità
Sociale**

**Unconventional
Marketing**

**Intelligenza
Artificiale**

Marketing Etico

**Premi e
Riconoscimenti**

Sostenibilità

Educazione Digitale

Infanzia

Salute

Violenza di genere

**Pubblicità
Ingannevole**

**International best
practice**

Epic fail

Dati e Tendenze



Contatti

responsabilita-sociale.org
segreteria@responsabilita-sociale.org
centro.responsabilita@gmail.com
Tel. 06.89370130