



ON THE MOVE

Il volto nuovo della comunicazione sociale



Chi è Pubblicità Progresso

La Fondazione Pubblicità Progresso è una organizzazione senza fini di lucro.

Pubblicità Progresso si propone di contribuire alla soluzione di problemi civili, educativi e morali della comunità, ponendo la comunicazione al servizio della società.

Attiva dal 1971, prima come Associazione e poi come Fondazione, Pubblicità Progresso è entrata nel vocabolario degli italiani diventando sinonimo di “pubblicità sociale”.

Pubblicità Progresso crede che lo sviluppo della comunicazione sociale nel nostro Paese debba passare attraverso il confronto, la sperimentazione e la ricerca. La comunicazione sociale deve mettere al centro i valori della “buona causa”, considerare l’efficacia del messaggio, la funzionalità del mezzo scelto, la capacità di motivare e, quando possibile, spingere all’azione.

www.pubblicitaprogresso.org



Occorrono 2.700.000 flaconi all'anno.
Se ne raccolgono solo 800.000.

C'è bisogno di sangue. Ora lo sai.



il sangue si dona
dove c'è questa insegna

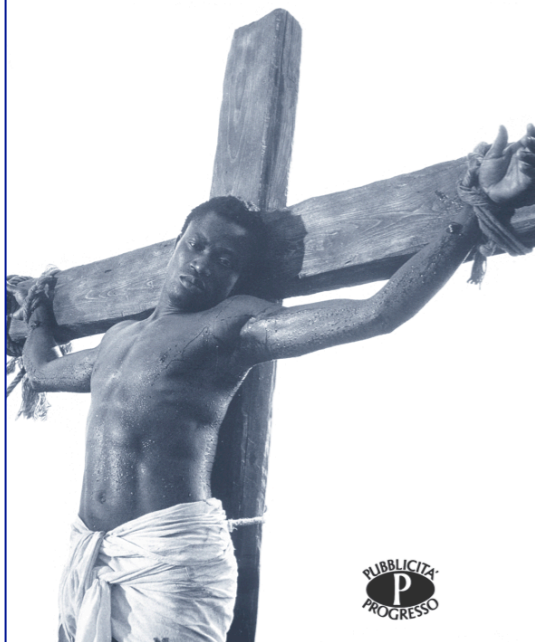


Chi fuma avvelena anche te.



Digli di smettere.

NO AL RAZZISMO. SÌ ALLA TOLLERANZA.



PUBBLICITÀ
P
PROGRESSO

ADOTTA UN NONNO!

Si, di solito sono i grandi che adottano i bambini. Tu, invece, fai il contrario. Conosci qualche anziano? No? Eppure ce ne sono tanti. Forse vicino a te, magari nella tua stessa casa.
Cosa puoi fare? La prima cosa è conoscerli. Non è difficile, basta dire "buongiorno". Poi, conoscendoli, scoprirai che puoi fare tantissime cose per loro, una commissione, qualche lavoretto, la spesa, tanti piccoli favori. Piccoli per te, ma grandi per loro.
E in cambio, anche loro possono darti tanto. Che cosa? Anche questo lo scoprirai frequentandoli. Gli anziani sono stati ragazzi prima di te, e sanno bene cosa può far piacere ad un ragazzo come te.
Senti, perché non ne parli ai tuoi amici, e organizzate qualcosa insieme? Qualunque iniziativa prendiate, è sempre meglio che non far niente.
La cosa più bella che puoi fare per te, è fare qualcosa per gli altri.



PUBBLICITÀ
P
PROGRESSO

TUO FIGLIO HA BISOGNO DI UNA MANO, NON DI VIOLENZA.



ESSERE BAMBINI E' UN DIRITTO, NON UNA COLPA.

PUBBLICITÀ
P
PROGRESSO

Lavorando si impara.

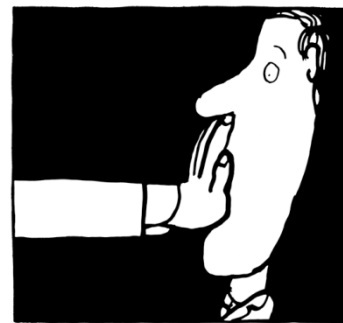


Porta la tua vitalità
nel mondo del lavoro.
Se hai un contratto con un'azienda o sei un
cerca il tuo primo impiego, prendi nota:
il Contratto di Formazione e Lavoro lo
aiuta e possono assumere per un periodo
da 6 mesi a 2 anni. Con lui impari un lavoro e
qualifica una splendida vita.
I vantaggi del Contratto di Formazione e
Lavoro, comunque, sono molti di più. Se ti
vieni contratto tutti, datti da fare, chiedi
maggiore informazione presso gli Uffici Re-
gionali e Provinciali del Lavoro.

PUBBLICITÀ
P
PROGRESSO

Contratto di
Formazione e Lavoro.
E più facile entrare
nel mondo del lavoro.

Lascia parlare anche chi ha torto. Sei proprio sicuro che ha torto?



Rispetta chi non la pensa come te

Questo è una campagna di
Pubblicità Progresso.
Conoscere e comprendere il mondo
che ci circonda, è un dovere
e a favore di questo
che dalla chi, della comunità
che appartiene. Il suo obiettivo è la
presa di coscienza collettiva.

Perché i problemi sono di tutti.
Come sono problemi di tutti gli
anni, della nostra vita, della
nostra cultura, della nostra
e sociale. Il suo obiettivo è la
presa di coscienza collettiva.

PUBBLICITÀ
P
PROGRESSO



Piccolo o grande che sia, un gesto di civiltà ha in sé una forza
irresistibile: chi lo riceve ne è contagiato all'istante e a sua volta
prova il desiderio di essere più rispettoso, più educato, più cortese.
Con il risultato che a un comportamento civile ne segue un altro e
un altro, un altro, un altro...

Al fianco del cittadino

Un gesto di civiltà. Contagio Vitale.

Certo non si può stare tutto il giorno con gli occhi puntati sui bambini. Ne soffrirebbero anche i loro genitori. E nemmeno bisogna negarsi qualche momento di distrazione.

Va bene assicurarsi. Ma la tratta andrebbe presa in modo che i pericoli siano ben lontani dalle frontiere dei paesi transalpini. In questo caso la spinta è verso il porticciolo di S. Maria di Castellana, che si trova a 10 chilometri dalla riva di Capri, e dove si può assicurare di sicurezza. Per altri pericoli con medicinali o sostanze tossiche, basta mettere i contenitori fuori portata di mano. E basta anche tenere presente che capri, finestrini e balconi possono non essere pericolosi. Spostare le portelle sul fondo più lontano, evitare che i bambini guardino i porticcioli e i ponti. E, soprattutto, evitare situazioni che non si diffidano. In una casa i pericoli sono gli altri pericoli immaginati. Lo dimostrano gli oltre 400.000 incidenti nati che ogni anno capitano ai bambini in Italia (dati ISTAT 1990) e fino a 13 anni. Se volete informazioni maggiori, richiedete con il tagliando l'opuscolo illustrativo gratuito.

PER RICEVERE L'OPUSCOLO, COMPILATE E SPEDITE QUESTO TAGLIANDO SU CARTOLINA POSTALE A:
PUBBLICITÀ PROGRESSO, 20122 MILANO, VALLANGA 13

COGNOME E NOME _____
VIA _____
CAP _____ CITTÀ _____

Molto spesso, i grandi non vedono di buon occhio l'amicizia che può nascere a scuola tra un bambino sano ed uno handicappato.

Perché, molto spesso, i grandi hanno paura di chi credono diverso.

Ma i bambini handicappati non sono diversi dagli altri bambini. Sono solo più sfortunati.

E hanno diritto, come tutti i bambini, di andare a scuola.

Stato, Regioni, Province e Comuni dovrebbero decidersi ad affrontare il problema una volta per tutte.

Le autorità scolastiche dovrebbero impegnarsi a superare la mancanza di mezzi e di strutture.

I genitori dei bambini sani dovrebbero mettere da parte i loro egoismi.

Tutti, insomma, dovrebbero sentire l'importanza di fare personalmente un piccolo sforzo per aiutare i bambini handicappati a dare il loro ingresso nella scuola e nella società.

**Aiutiamo i bambini handicappati
a inserirsi nella scuola.**



Campagne di utilità sociale
Realizzate
e pubblicate gratuitamente

«Non è una previsione avverata, è la
perla che negli ultimi anni ho fatto
con alcuni amici ho subito in modo più o meno
violento, fra smottamenti, alluvioni».

Questo è quanto sono riuscito a fare per
l'acqua, stiamo vivendo una grande forma
di vita, in un'epoca che porta, distrugge,
vuole.

L'acqua è un bene di tutti e tutti sono
e devono fare qualcosa a seconda dei
loro soldi e delle loro passioni.

«Mi ha dispiaciuto che l'acqua in Italia
sia venduta come un bene di proprietà
privata».

Ma chi, da parte sua, potrebbe fare
molto.

Potrebbe non solo evitare di spre-
care acqua ma potrebbe prendere le
acque più giuste non la sprecare e non la
distribuire.

Se non potete per qualche settimana e la società. E' bene che richiama di nome le istituzioni che collaborano.

Altre grandi paranoie di fantasia sono del

pubbliche e dei regolamenti penitenziari.

Bisognerebbe che il nostro varesino, un ingegnere pieno delle acque compendiate in un programma di arricchimento e di controllo dei corsi di fiume.

Bisognerebbe che le industrie, le città e tutte le comunità cooperassero più semplicemente in modo che si vedga principalmente per evitare la criminalità e costruire degli

LIBERTÀ
P
PIÙ GIUSTIZIA

Coltiva più interessi, è nel tuo interesse.



Al fianco del cittadino

Storia del ragazzo violento e del suo mirabile cambiamento.



C'era una volta un ragazzo che amava le mani perfette non aveva i polsi per andare in palestra una bella sera di giugno il ragazzo che amava le mani si trovò a passeggiare per le strade del centro tra le illuminazioni i negozi chiudevano le porte e lui si ritrovò solo e triste. Il ragazzo che amava le mani vide una signora che si dondolava e si accarezzava di buccia della spalla. Il ragazzo che amava le mani allora disse "buona sera per lei?" e dopo quasi un'ora di conversazione il ragazzo disse "lei è una bella donna e accarezzarsi la signora non le fa male?" e lei rispose "no". Il ragazzo che amava le mani allora disse "lei è una bella donna e accarezzarsi la signora non le fa male?" e lei rispose "no". Il ragazzo che amava le mani allora disse "lei è una bella donna e accarezzarsi la signora non le fa male?" e lei rispose "no".

aperitivi
e stesso.

Fare bene ti fa bene



Pubblicità Progresso

La comunicazione sociale in Italia

a cura di Roberto Bernocchi
e Rossella Sobrero

Rai Eri

Prefazione di Giorgio Napolitano

Contributi di:

Paolo Anselmi, Aldo Bonomi, Alberto Contri, Michele De Lucchi,
Giuseppe De Rita, Giovanna Gadotti, Giuseppe Minola, Carlo Petrini,
Salvatore Veca, Giorgio Vittadini, Stefano Zamagni



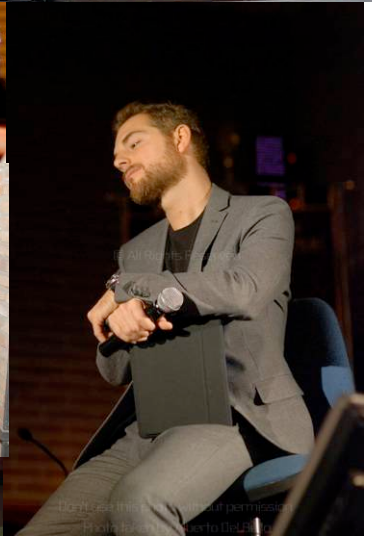
Rai Segretariato Sociale



E' quarant'anni che Pubblicità Progresso prova a rendere il bene comune un po' più comune agli italiani. Oggi è un centro permanente di Comunicazione Sociale unico al mondo che fa campagne crossmediali, seminari di formazione, conferenze internazionali, mostre, mediateche di consultazione. Cerca su www.pubblicitàprogresso

PUBBLICITA' PROGRESSO. 1971-2011. DA 40 ANNI PROGRESSO ATTRAVERSO LA PUBBLICITA'.

PUBBLICITA'
PROGRESSO
Fondazione per la
Comunicazione Sociale





Concorso
On The Move 2012

IL VOLTO NUOVO DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE

www.pubblicitaprogresso.org

ON THE MOVE

Il concorso ON THE MOVE, Il Volto Nuovo della Comunicazione Sociale, nasce nel 2007 per promuovere presso i giovani la comunicazione sociale, far conoscere Pubblicità Progresso, raccogliere dai giovani stimoli, idee, suggerimenti sui temi al centro dell'attenzione e sul futuro della comunicazione sociale.

EDIZIONE 2012

Il concorso chiede ai partecipanti un doppio sforzo di immaginazione: immaginare di essere un giornalista o un pubblicitario a seconda delle inclinazioni personali e immaginare di essere nel 2021, anno in cui la Fondazione Pubblicità Progresso compirà 50 anni.

Il concorso è finalizzato alla creazione di un giornale realizzato con gli elaborati inviati dai partecipanti. Possono essere presentati articoli, rubriche di approfondimento, spot, annunci stampa.



POSSIBILI ARGOMENTI

- ➔ **i 50 anni della Fondazione Pubblicità Progresso**
- ➔ **sostenibilità ambientale**
- ➔ **responsabilità sociale d'impresa**
- ➔ **cooperazione internazionale**
- ➔ **volontariato**
- ➔ **donazioni e filantropia**
- ➔ **adozioni**
- ➔ **disabilità**
- ➔ **sicurezza sul lavoro**
- ➔ **salute**
- ➔ **protezione animali**
- ➔ **...**

Gli elaborati possono essere realistici o immaginari, utilizzare diversi approcci (scientifico, ironico etc.), proporre problemi e presentare possibili soluzioni.

CATEGORIE

Giornalismo

Possono essere presentati articoli (interviste, reportage), videointerviste, rubriche di approfondimento (programmi televisivi, spettacoli teatrali e cinema, recensioni di libri/film, annunci di lavoro, meteo, oroscopo). Ogni articolo può essere accompagnato da massimo 2 immagini.

Pubblicità

Possono essere presentati spot, annunci stampa, banner.

CHI PUO' PARTECIPARE

Il concorso si rivolge a giovani tra i 18 e i 30 anni. Possono partecipare studenti di università, accademie, scuole di specializzazione, master e giovani laureati da non più di un anno. Non sono ammessi studenti che hanno compiuto i 30 anni, lavoratori con esperienza nei settori della pubblicità e del giornalismo superiore ai 12 mesi. La partecipazione è gratuita e può essere individuale o di gruppo (massimo 3 persone).



DATA DI CONSEGNA

L'elaborato deve pervenire entro il 19 ottobre 2012, accompagnato dalla scheda di presentazione (scaricabile dal sito della Fondazione Pubblicità Progresso).

CRITERI DELLA GIURIA

Gli elaborati pervenuti saranno esaminati secondo i seguenti criteri:

- ➔ coerenza tra lavoro realizzato e traccia scelta
- ➔ qualità del linguaggio e chiarezza del messaggio
- ➔ creatività e innovazione

PREMI

In palio 15 viaggi a Strasburgo con visita al Parlamento Europeo e incontro con gli Europarlamentari.

Le premiazioni avverranno durante la Conferenza Internazionale della Comunicazione Sociale, che si svolgerà a Milano a Novembre 2012.

Per regolamento e scheda di presentazione: www.pubblicitaprogresso.org

Per informazioni: info@koinetica.net – tel. 02 6691621

