

## Sommario Rassegna Stampa

| Pagina | Testata                    | Data       | Titolo  | Pag. |
|--------|----------------------------|------------|---|------|
|        | <b>Rubrica PUBBLICITA'</b> |            |   |      |
| 24     | Corriere della Sera        | 27/05/2016 | <i>SPEGNERE LUCI E RUBINETTI: LA NUOVA CAMPAGNA DI PUBBLICITA' PROGRESSO</i>                                | 2    |
| 16     | MF - Milano Finanza        | 27/05/2016 | <i>BREVI - PUBBLICITA'</i>  | 3    |
| 5      | Brand News                 | 27/05/2016 | <i>PUBBLICITA' PROGRESSO, AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA BIENNALE SULLA SOSTENIBILITA'. LA FIRMA E' DI KEY AD</i> | 4    |
| 1      | Daily Media                | 27/05/2016 | <i>PUBBLICITA' PROGRESSO PROMUOVE LA SOSTENIBILITA'. FIRMA DI KEY ADV</i>                                   | 5    |
| 11     | Daily Media                | 27/05/2016 | <i>BULIDARIETA" CON LA VAMP. ;NA FIRMATA KEY ADV E ADVERTISING SUUNRU IL SUUNRU SITO CIRIESCO.IT. LO SP</i> | 6    |
| 5      | Pubbli.comnow!             | 27/05/2016 | <i>LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITA' PROGRESSO 2016-2017 SARA' ALL'INSEGNA DELLA "CRESCITA FELICE"</i>          | 7    |
| 3      | Pubblicita' Italia Today   | 27/05/2016 | <i>SOSTENIBILITA', SOBRIETA', SOLIDARIETA" PER UNA CRESCITA FELICE</i>                                      | 8    |

**Per uno stile di vita «sostenibile»**

## Spegnere luci e rubinetti: la nuova campagna di Pubblicità Progresso

**MILANO** Ricordarsi di spegnere la luce e il rubinetto dell'acqua, scegliere la bicicletta o i mezzi pubblici invece dell'auto, riciclare la plastica, ridurre sprechi e rifiuti. Sta nei piccoli gesti il futuro del pianeta e tutti devono farsene carico: la nuova campagna di Fondazione Pubblicità Progresso «Sostenibilità, sobrietà, solidarietà» lo dice chiaramente. «C'è una irresponsabilità diffusa, va contrastata con un modello positivo e credibile che crea contagio e diventa anche gratificante da seguire — considera Alberto Contri, appena confermato per 5 anni alla guida della Fondazione —. Da molto tempo si dice che le risorse più preziose sono sprecate o mal distribuite, ma è raro che l'allarme si traduca in comportamenti illuminati».

Spot e messaggi andranno su stampa e tv; il cuore della campagna sta però anche in un sito, [ciRiesco.it](http://ciRiesco.it), che mette in vetrina le pratiche virtuose. «I gesti di quotidiana attenzione ci fanno crescere come persone, consentono risparmi anche là dove non li crederemmo possibili o significativi», sprona il presidente. Anche oggi — con il livello di Co2 ai massimi storici, le minacce climatiche e risorse decrescenti — non bisogna rassegnarsi a un trend di «decrecita felice». Si può invece puntare ancora allo sviluppo, alla crescita circolare e felice rappresentata nello spot: «Stili di vita sobri sono oltretutto solidali rispetto ai meno fortunati, in piena sintonia con l'Enciclica papale *Laudato si'*».

La prima campagna di Pubblicità Progresso fu nel 1971: mancavano due milioni di flaconi di sangue, e furono raccolti. Da allora più di 50 campagne sociali hanno ottenuto risultati concreti. Realizzate e diffuse gratuitamente «da un network volenteroso di studiosi, comunicatori e media». Tra le campagne di maggior successo «Chi fuma avvelena anche te, digli di smettere», «Chi si aggiorna cresce» o «lavorosicuro» sviluppata d'intesa con il Quirinale. La recente difficilissima campagna a favore della donazione organi ha mobilitato in poco tempo ben 52 mila nuovi donatori.

**Elisabetta Andreis**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Chi è



● Alberto Contri (foto), 72 anni, è stato confermato alla presidenza della Fondazione Pubblicità Progresso per i prossimi cinque anni

● Docente di comunicazione sociale all'Iulm di Milano, in passato Contri è stato anche consigliere di amministrazione della Rai, amministratore delegato di Rainet e presidente della Lombardia Film Commission



'DWD  
3DJLQD  
)RJOLR

## PUBBLICITÀ

■ La Fondazione Pubblicità Progresso presieduta da Alberto Contri lancia la campagna «Sostenibilità, sobrietà, solidarietà» e il nuovo sito CIRiesco.it.

14 300 N. 202-011

### Parte il cantiere Fca-Google

Il nuovo cantiere Fca-Google è il primo cantiere di un'azienda italiana che ha investito in un'attività di ricerca e sviluppo per sviluppare un nuovo motore di ricerca. Il cantiere è situato a Torino e sarà gestito da Fca e Google.

**LA MOTO GAZZONI DEL DISTRITO**

La moto Gazzoni del Distretto è una moto di nuova concezione, progettata e sviluppata da Fca e Google. È una moto che si distingue per la sua tecnologia e la sua performance.

**UNA CAPSULA DI SODIO**  
CONTROLLA IL SODIO E LA TENSIONE SANGUINEA  
CON LA PROSTAMOL E BREVETTO UNGARICO

**PROSTAMOL**

**CONTROLLA**

**A CHIAMA** PRENOTA LA TUA VISITA GRATUITA  
**800.822.822**

PROSTAMOL è un medicinale. Leggere attentamente il foglio illustrativo. Evitare l'uso prolungato. Evitare l'uso prolungato.

ITALIA

TV, RADIO, STAMPA, OOH

# Pubblicità Progresso, al via la nuova campagna biennale sulla sostenibilità. La firma è di Key Adv

La vita di un bambino che cresce, diventa adolescente, poi adulto e infine papà. Sempre attento a chiudere l'acqua del rubinetto quando ha finito di usarla, spegnere la luce quando esce dalla stanza, fare la raccolta differen-



ziata e usare mezzi di trasporto a energia pulita, come la bicicletta. E' questa la sintesi dello spot che dà voce alla nuova campagna biennale di Pubblicità Progresso, incentrata su "Sostenibilità, sobrietà, solidarietà". Strutturata a livello trasversale su tutti i media, dalla tv alla radio, dalla cartellonistica ai social network, ha il suo cuore nel sito CiRiesco.it, dove i cittadini possono trovare consigli pratici su come utilizzare, nel quotidiano, in modo corretto le risorse.

"Con la nuova campagna - dice Alberto Contri, presidente

di Fondazione Pubblicità Progresso - desideriamo porre l'attenzione sui comportamenti virtuosi che un cittadino responsabile dovrebbe tenere per garantire un futuro migliore a chi verrà dopo di lui. È da molti anni che vengono

diffusi allarmi sulla scarsità di risorse a disposizione dell'uomo, ma è difficile che a questi allarmi faccia seguito l'adozione di modi di vivere più illuminati".

La campagna è stata curata dall'agenzia KeyADV e prodotta dalla Bedeschi Film con la regia di Claudio Gallinella, mentre il posizionamento è stato affidato al centro media Inmediato mentre Ipsos curerà i sondaggi. Il sito web CiRiesco.it è stato realizzato da E-Motion Web, ha collaborato ai contenuti Goldman & Partners. Ufficio stampa Havas PR Milan.

**BRAND NEWS** venerdì 27 maggio 2015 ASSOCIAZIONI

**Pubblicità Progresso, al via la nuova campagna biennale sulla sostenibilità. La firma è di Key Adv**

**PIANIFICAZIONE GENIALE**  
**THE BIG BANG THEORY**  
Per la prima volta ha scritto il nuovo stagione di The Big Bang Theory. La serie si concluderà alla fine del 2015 e 2016. In anteprima su JOL.



CLICCA SUL FRAME PER VEDERE LO SPOT

## Publicità Progresso promuove la sostenibilità. Firma di Key Adv

La Fondazione guidata da Alberto Contri ha lanciato il tema su cui si svilupperà la comunicazione per il 2016 e il 2017

12

**DailyMedia** | **trilud**

998 098

**Barilla conferma budget di 85 mln in Italia e affida a Cernusco Pizzigoni & P. lo spot per il Sud America**

**RCS MG: stesso tra oggi e domani l'ok di Consob al prospetto presentato da Cairo**

**Publicità Progresso promuove la sostenibilità. Firma di Key Adv**

**PER NOI IL 2016 È ARRIVATO DA UN PEZZO.**

trilud

# Advertising Pubblicità Progresso promuove “sostenibilità, sobrietà e solidarietà” con la campagna firmata Key Adv e il sito [ciriesco.it](http://ciriesco.it). Lo spot è realizzato dalla cdp Bedeschi Film

L'organismo guidato dal presidente Alberto Contri lancia, in collaborazione con l'agenzia di Acqua Group, il tema su cui si svilupperanno le attività dedicate alla comunicazione per la parte restante dell'anno in corso e anche per tutto il 2017

Le risorse del pianeta sono sempre più a rischio: perché si stanno esaurendo, sono messe in pericolo dai continui mutamenti climatici e dall'inquinamento, e sono sprecate o mal distribuite. Siamo quindi condannati a una forma di “decrecita felice”, come alcuni sostengono? I soci di Pubblicità Progresso e i docenti del network universitario Athena credono fortemente che la nostra società debba continuare a svilupparsi, puntando con determinazione a quella “crescita felice” - secondo il pensiero di Francesco Morace - che può essere perseguita solo se tutti (cittadini, imprese, istituzioni) mettono in atto quei comportamenti positivi che permettono di utilizzare al meglio le risorse, facendo in modo che ce ne siano a sufficienza per tutti. Da sempre, le campagne di Pubblicità Progresso mirano a raggiungere risultati concreti grazie all'uso integrato di media tradizionali e nuovi. La nuova campagna biennale “Sostenibilità, Sobrietà, Solidarietà”, che è stata presentata ieri, intende far capire ai cittadini che i gesti di quotidiana attenzione a un corretto uso delle risorse fanno crescere il singolo come per-



sona, gli consentono non indifferenti risparmi, e lo gratificano come cittadino dedito al consumo sostenibile. La crescita felice, oltretutto, non è in contrasto con stili di vita sobri e solidali con i meno fortunati, che Pubblicità Progresso propugna in piena sintonia con l'Enciclica Papale “Laudato si’”. La campagna sui media tradizionali invita a visitare il sito [ciriesco.it](http://ciriesco.it), in cui si danno i consigli giusti per riuscire ad applicare senza difficoltà i comportamenti sostenibili e si mostrano le case history di successo con i buoni risultati nei seguenti campi: acqua, energia, aria, cibo, rifiuti, abitare, mobilità e salute. «Con la nuova campagna, desideriamo porre l'attenzione sui comportamenti virtuosi che un cittadino responsabile dovrebbe tenere per garantire un futu-

ro migliore a chi verrà dopo di lui. Su [ciriesco.it](http://ciriesco.it) chiunque può reperire informazioni e consigli pratici per adottare uno stile di vita sano, dalla gestione delle risorse idriche a quelle energetiche, passando da altri temi come cibo, mobilità e rifiuti - ha spiegato ieri Alberto Contri, presidente di Fondazione Pubblicità Progresso -. È da molti anni che vengono diffusi allarmi sulla scarsità delle risorse a disposizione dell'uomo, ma è difficile che a questi allarmi faccia poi seguito l'adozione di modi di vivere più illuminati. Con [Ciriesco.it](http://Ciriesco.it), auspichiamo di poter aiutare i cittadini a diventare consapevoli sul problema che è ormai sotto i nostri occhi, fornendo informazioni utili a tradurre in fatti questa consapevolezza». Nello spot si vede un simpatico bimbo dai capelli rossi

che cresce di qualche anno ogni volta che compie un gesto virtuoso, spegnendo la luce, chiudendo il rubinetto che gocciola, facendo la raccolta differenziata, preferendo la bici all'auto. Alla fine, lo speaker dice: “Basta poco per far crescere il tuo futuro, un gesto dopo l'altro. Vai su [ciriesco.it](http://ciriesco.it)”. Oltre ai principali consigli per i più diversi comportamenti a favore della sostenibilità, sul sito si trovano altre informazioni, news, segnalazioni di eventi e iniziative, che verranno rilanciate grazie a un sistematico impiego del social media. La campagna è stata curata dal Key Adv (agenzia creativa di Acqua Group, società di comunicazione integrata guidata da Davide Arduini e Andrea Cimenti), sotto la direzione creativa di Massimo Del Monaco e Luca Negretti (copy: Veronica Maggi; art: Sara Ballarini, Roberto Ferrario e Gianluca Paradiso), e prodotta da Bedeschi Film con la regia di Claudio Gallinella, mentre il posizionamento è stato affidato a InMediaTo; l'Istituto Ipsos curerà i sondaggi. Il sito, invece, è stato realizzato da E-motion Web, mentre ha collaborato ai contenuti Goldmann & Partners. Infine, le attività di ufficio stampa sono affidate a Havas PR Milan.

## La nuova campagna Pubblicità Progresso 2016-2017 sarà all'insegna della "crescita felice"



«Come associazione siamo decisamente "allergici" alle campagne di sensibilizzazione, preferiamo impegnarci su una comunicazione che porti a dei risultati. Una filosofia che ha dato ottimi risultati per ciò che riguarda la campagna dedicata alla donazione di organi e tessuti, promossa nel 2012-2013 e che ha ricevuto l'adesione di 52mila donatori, un numero che ha superato le aspettative», ha sottolineato il presidente Alberto Contri presentando ieri alla stampa la nuova campagna biennale "Sostenibilità, sobrietà, solidarietà", promossa da Pubblicità Progresso e che invita a visitare il nuovo sito CiRiesco.it. Da ieri infatti i cittadini possono trovare consigli, suggerimenti e informazioni su come utilizzare correttamente le risorse del pianeta e garantire così un futuro migliore alle nuove generazioni. «Realizzata come sempre pro bono, questa campagna ha tra i soci sostenitori, che abbiamo deciso non dover essere mai più di cinque – ha continuato

Contri – CiAL, Corepla e Ricrea, consorzi che operano nel riciclo delle materie prime, MM, che, oltre alla mobilità, a Milano gestisce anche l'acqua, e l'azienda farmaceutica Roche. Con questi 5 protagonisti vogliamo organizzare attività ad hoc utilizzando i loro siti e canali social per la viralizzazione della campagna. Infatti da sempre le campagne di Pubblicità Progresso mirano a raggiungere risultati concreti grazie all'uso integrato di media tradizionali e nuovi». La nuova comunicazione vuole far capire che le risorse del pianeta sono sempre più a rischio per motivi diversi: perché si stanno esaurendo, perché sono messe in pericolo dai mutamenti climatici e dall'inquinamento, o semplicemente perché sono sprecate o mal distribuite. Intraprendere la strada di una "decrescita felice", come sostenuto da alcuni, oppure puntare su una "crescita felice"? Su questo è intervenuto durante la conferenza stampa Luca Negretti, direttore creativo di KeyADV (Acqua Group)

che insieme a Massimo Del Monaco ha collaborato alla campagna, illustrandone obiettivi e concept: «Gli obiettivi erano sostanzialmente tre: convincere i cittadini che il futuro delle risorse ambientali è nelle loro mani e in quelle dei loro figli; ricordare l'urgenza di adottare buone pratiche in relazione a temi quali acqua, energie rinnovabili, raccolta differenziata, mezzi di trasporto sostenibili, spreco alimentare e uso di tecnologie innovative, e infine, coinvolgere le imprese. L'opportunità, in termini di comunicazione, è stata trovata nella "crescita felice" proposta dal sociologo Francesco Morace: un modello di sviluppo che è prima di tutto un nuovo modo di pensare e di creare prospettive positive che siano in grado di accettare i problemi attuali e di affrontarli con una visione biologica perché non si può chiedere a un bambino o a una pianta di decrescere, si deve accettare la sfida della crescita e lo si deve fare in modo felice, appunto, e sostenibile. La campagna rac-

conta la storia di un dono, quello di un futuro migliore che i figli, diventati padri, lasciano ai loro figli, in un circolo continuo». Pianificata da Inmediato, la campagna sarà declinata in questi due anni su stampa, affissione, radio, televisione e web e ha come protagonisti un bambino e un adulto che ricordano, come dice il claim finale, che "Basta poco per far crescere il tuo futuro, un gesto dopo l'altro. Vai su ci-riesco.it". Oltre ai principali consigli per comportamenti a favore della sostenibilità, il sito presenta 8 sezioni (acqua, energia, aria, cibo, rifiuti, abitare, mobilità, salute) con informazioni, news, segnalazioni di eventi e iniziative, che verranno rilanciate attraverso un sistematico impiego dei social media. La produzione è di Bedeschi Film con la regia di Claudio Gallinella, mentre il sito web è stato realizzato da E-Motion Web con i contenuti di Goldman & Partners. Ufficio stampa e media relations di Havas PR Milan.

**Barbara Tomasi**

**CiRiesco.it**

PUBBLICITÀ  
**P**  
PROGRESSO

FONDAZIONE PER LA  
COMUNICAZIONE SOCIALE

