

PREMIO SAN BERNARDINO

Comunicato stampa

PUBBLICITÀ: SPOT #ILOVEYOUHATER DI SPRITE (COCA COLA) E “#INTEGRATION2019. PICCOLI” DI ACRA, ISMU E PUBBLICITA’ PROGRESSO VINCONO PREMIO SAN BERNARDINO 2019, SEZIONI PROFIT E NO PROFIT

ASSEGNATO ANCHE PREMIO GIOVANE PUBBLICITARIO DELL’ANNO A STUDENTE ISTITUTO ARTISTICO FRAMMARTINO DI MONTEROTONDO (RM)

Roma, 3 dicembre 2019. Hater, discriminazione, xenofobia e bullismo. Sono i temi delle due campagne pubblicitarie che si sono aggiudicate, oggi a Roma, l’annuale Premio San Bernardino.

Per la categoria profit, Sprite (Coca Cola) si aggiudica il Premio grazie allo spot McCann Worldgroup con la campagna #ILoveYouHater che invita a replicare ai cyberbulli con ironia e leggerezza (link allo spot: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=LOE-2LpvjBU) e si ispira alla community Commenti Memorabili. “Amore e umorismo sono i detonatori per i tanti leoni da tastiera che si nutrono di odio” - si legge nella motivazione della giuria -; il riconoscimento è quindi “per aver saputo trattare un tema scottante come il bullismo sdrammatizzandolo e promuovendo al tempo stesso una bevanda adatta a socializzare”.

Temi speculari anche per la sezione no profit del Premio che ha visto prevalere la campagna “#IntegrAction2019. Piccoli” di Acra, Ismu e Pubblicità Progresso realizzata dall’agenzia Acqua Group con il sostegno dell’Agenzia italiana per la Cooperazione. “L’integrazione è una cosa semplice. Lo capisce anche un bambino” è il claim dello spot (link: <https://www.youtube.com/watch?v=ZKExkTkyUWQ&list=PL7B6472E-D759B2789>) premiato per “aver messo tutti i luoghi comuni più aspri contro gli immigrati in bocca ai bambini che giocano ironicamente a fare i grandi, con l’obiettivo di sconfiggere la discriminazione con il sorriso e la semplicità”.

Il 17° Premio San Bernardino, organizzato da May Communication in collaborazione con Lumsa, ha infine premiato il ‘Giovane Pubblicitario 2019’, assegnato al miglior advertising tra quelli elaborati dagli studenti delle scuole superiori di Roma e provincia che hanno lavorato sul brief di Asvis, Alleanza italiana per lo sviluppo sostenibile. Il Premio è andato a Luca D’Agostini della 5^A dell’Istituto artistico Angelo Frammartino di Monterotondo (RM). Secondo la giuria, D’Agostini “ha saputo comunicare l’Agenda 2030 e cogliere il principio di giustizia intergenerazionale che è alla base dello sviluppo sostenibile, cercando un ponte ideale tra passato e futuro”.

A giudicare le campagne pubblicitarie, il direttore di Avvenire, Marco Tarquinio; il past president di Pubblicità Progresso, Alberto Contri; il giornalista-vaticanista, Lucio Brunelli; la giornalista del Corriere della Sera, Sara Gandolfi; il Prorettore dell’Università Lumsa Gennaro Iasevoli; il preside dell’Istituto superiore di catechesi e spiritualità missionaria della Pontificia Università Urbaniana, Luca Pandolfi e Nataša Govekar, della direzione Teologico Pastorale del Dicastero Vaticano per la Comunicazione.

Patrocini Premio e Convegno: Pontificio Consiglio della Cultura, Regione Lazio, Rai Responsabilità Sociale.

Sponsor Premio: UnipolSai Assicurazioni, con il contributo di Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo. Partner: Agenzia italiana per lo sviluppo sostenibile (Asvis). Media partner: Avvenire.

Sponsor Convegno: Veronafiore, Corepla (Consorzio nazionale per la raccolta, il riciclo e il recupero degli imballaggi in plastica), Bentus Laboratories. Partner: Agenzia italiana per lo sviluppo sostenibile (Asvis). Media partner: Avvenire.

Ufficio stampa: ispropress.

Simone Velasco (simovela@ispropress.it; 327.9131676); Benny Lonardi (direzione@ispropress.it; 393.4555590); Marina Catenacci (stampa@ispropress.it; 327.9131675)