



Sotto l'Alto Patronato della Presidenza della Repubblica
Con il patrocinio di: Presidenza del Consiglio dei Ministri,
Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Ministero delle
Comunicazioni, Regione Lombardia, Provincia di Milano,
Comune di Milano



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI
DI MILANO

Con il sostegno della Fondazione Cariplo

Con il contributo di Unilever e Regione Lombardia
e il supporto di Fastweb, Gratisitalia, LifeGate,
Moruzzi's Group, Multimedia System, Netizen

PROGRAMMA Martedì, 17 ottobre 2006

Ore 9.00 • **Registrazione ospiti e welcome coffee**

Ore 9.30 • **Saluti**

ALBERTO CONTRI, presidente della Fondazione Pubblicità Progresso • **ENRICO DECLEVA**, rettore dell'Università degli Studi di Milano • **LETIZIA MORATTI**, sindaco di Milano • **FILIPPO PENATI**, presidente della Provincia di Milano. Intervento di apertura: **GIUSEPPE GUZZETTI**, presidente Fondazione Cariplo e Acri

PRIMA SESSIONE: CHE COS'È BUONO, CHE COS'È CORRETTO?

Ore 10.10 • **Politically correct e i suoi effetti collaterali**

BERNARD HENRY-LÉVY, filosofo e scrittore

Ore 11.00 • **La carità non è buonismo**

S. E. MONSIGNOR LUIGI NEGRI, vescovo di San Marino - Montefeltro

Ore 11.30 • **Un mondo tra cinismo e buonismo**

BORIS BIANCHERI, presidente Fieg, già ambasciatore e segretario generale del Ministero degli Esteri • **GIORGIO ISRAEL**, docente di storia della matematica presso l'Università La Sapienza di Roma • **FRANCESCO MICHELI**, presidente del Conservatorio G. Verdi di Milano • **MARIOLINA MOIOLI**, assessore alla Famiglia, Scuola e Politiche Sociali del Comune di Milano • **GIORGIO VITTADINI**, presidente della Fondazione per la Sussidiarietà
Coordina: **FRANCO BECHIS**, direttore di Italia Oggi

Ore 13.00 • **Break**

Ore 14.30 • **Ma la politica può essere politicamente corretta?**

CHIARA BERIA DI ARGENTINE, giornalista • **MERCEDES BRESSO***, presidente della Regione Piemonte • **GIANNI LETTA**, già sottosegretario alla Presidenza del Consiglio • **BRUNO TABACCI**, onorevole UDC

Coordina: **OSCAR GIANNINO**, direttore di Bloomberg Finanza & Mercati Roma

Ore 16.00 • **Politically uncorrect in comunicazione: possibile, impossibile, doveroso**

MASSIMO BERNARDINI, giornalista, conduttore TV • **ALDO FONTANAROSA**, giornalista, docente di giornalismo presso l'Università La Sapienza di Roma • **ALDO GRASSO**, critico televisivo, docente di storia della radio e della televisione presso l'Università Cattolica di Milano • **MARIA LAELLA**, giornalista e direttore di A
Coordina: **ALBERTO CONTRI**, presidente della Fondazione Pubblicità Progresso

Mercoledì, 18 ottobre 2006

Ore 9.00 • **Registrazione ospiti e welcome coffee**

SECONDA SESSIONE: LA COMUNICAZIONE SOCIALE ALLA PROVA

Ore 9.30 • **La pubblicità sociale fra nuove regole e antiche virtù**

GUIDO BERTOLASO, capo del Dipartimento della Protezione Civile • **MARIA GUIDOTTI**, portavoce del Forum del Terzo Settore • **GIULIO MALGARA**, presidente UPA • **GINA NIERI**, consigliere di amministrazione Mediaset • **PAOLO PELUFFO**, capo del Dipartimento Informazione e Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri • **CLAUDIO PETRUCCIOLI**, presidente Rai • **FILIPPO REBECCHINI**, presidente FRT • **RENATO SALVETTI**, direttore FIEG Milano • **SEBASTIANO SORTINO**, commissario dell'Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni • **LORENZO STRONA**, presidente Unicom • **MARCO TESTA**, presidente AssoComunicazione
Coordina: **MARCO MELE**, giornalista de Il Sole 24 Ore

Conclusioni: Onorevole **PAOLO GENTILONI**, ministro delle Comunicazioni

Ore 11.00 • **Cannes Lions 2006: Le migliori campagne sociali del mondo
Creativi vs Accademici**

I creativi

ALEXANDER ALEXEEV, consigliere ADC Russia • **FRANK DOPHEIDE**, presidente Greyworldwide Germania • **AGUSTIN ELBAILE**, creative vice president McCann Erickson Spagna • **JOHANNES NEWRKLA**, presidente ADC Europa • **MAURIZIO SALA**, presidente ADC Italia

Gli accademici

GIAMPAOLO FABRIS, docente di sociologia dei consumi presso l'Università San Raffaele di Milano • **MARIO MORCELLINI**, preside della facoltà di Scienza della Comunicazione presso l'Università La Sapienza di Roma • **STEFANO ZECCHI**, docente di estetica presso l'Università degli Studi di Milano

Coordina: **FRANCO MORETTI**, chief group creative director Leo Burnett Italia

Ore 13.30 • **Break**

TERZA SESSIONE: STORIE DI STRAORDINARIA COMUNICAZIONE

Ore 15.00 • **Lectio: "Segnali", LUCIO DALLA**

Interventi: Borsa dei progetti sociali, **UMBERTO FAZZONE** (Regione Lombardia) • La valutazione dell'efficacia delle campagne sociali, **NANDO PAGNONCELLI** (Assirm) • Comunicare per lo sviluppo, **LUCIA GRENNIA** (Banca Mondiale) • Radio e Web per la diffusione degli audiolibri, **FLAVIO MUCCIANTE** (Fantastica Mente RadioUno Rai) • Il Progetto Informazione Consapevole, **ALBERTO SCARPETTA** (Assorel) • Il fenomeno LifeGate, **MARCO ROVEDA** (LifeGate) • Uno spot per la vita, **CARLO SARTORI** (RaiSat) • Il caso imprenditoriale di Vita, **RICCARDO BONACINA** (Vita) • Sviluppo sostenibile e mercato, **PAOLO RICOTTI** (Planet Life Foundation) • Giornalismo televisivo e campagne sociali, **DARIO NEGLIA** (Ballarò) • La trasparenza nelle donazioni, **FRANCO VANNINI** (Istituto Italiano per la Donazione) • La bellezza autentica di comunicare bellezza, **ALESSANDRA BELLINI** (Unilever) • Comunicazione Sociale: il futuro di una professione, **ROSSELLA SOBRERO** (Unicom) • Le campagne di Pubblicità Progresso 2006, **UMBERTO GALLI ZUGARO** (AssoComunicazione)

Conclusioni: **ALBERTO CONTRI**, presidente della Fondazione Pubblicità Progresso

Presentazione della mostra

"35 anni di Pubblicità Progresso: Per sempre presente"

alla presenza dei past president di Pubblicità Progresso: **ANDREA KLUZER**, **PIERO OTTONE**, **ROBERTO CORTOPASSI**, **UGO CASTELLANO**, **MARCO TESTA**, **GIANNI COTTARDO**

INGRESSO LIBERO