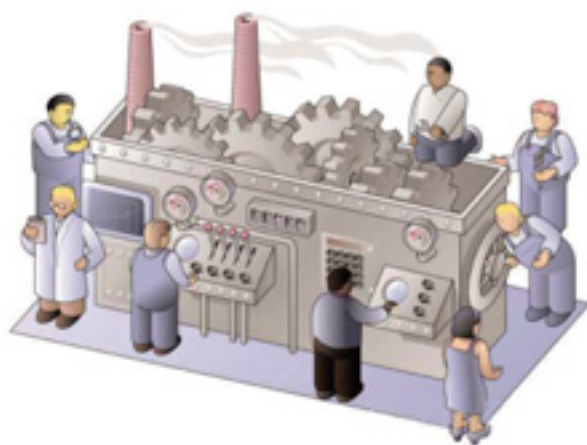




I QUADERNI DELLA COMUNICAZIONE



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Cos'è e come si comunica

LA FORMULA



PROFILO EDITORIALE: La collana de "I Quaderni della Comunicazione"

nasce come una guida mensile rivolta alle Aziende per aiutarle a orientarsi nei diversi meandri della comunicazione commerciale. Un mercato che ogni giorno diventa più complesso e di non facile interpretazione. E dove il panorama dei servizi vive un costante cambiamento accelerato da continue evoluzioni tecnologiche. Saper scegliere, quindi diventa il presupposto più importante per avere successo sul piano della comunicazione. Capire qual è il tipo di struttura più adatta alle proprie esigenze, come cambia lo scenario dei mezzi, quali sono gli attori e gli interlocutori più affidabili, quali nuovi media e discipline si stanno affermando.

I QUADERNI SI ARTICOLANO IN TRE PARTI:

PRIMA PARTE: LA GEOGRAFIA DEL MEZZO

Come una guida per viaggiare in questa sezione dei Quaderni il lettore trova i contenuti più importanti e aggiornati per meglio interpretare lo scenario di riferimento. Grazie al contributo degli istituti di ricerca più accreditati, e alle analisi degli osservatori più qualificati viene fornita una fotografia del mercato esaustiva. Che si parli di Agenzie di pubblicità, Centri media, Eventi, Outdoor, Marketing Relazionale, ecc., di ogni argomento trattato vengono sottolineati anche gli aspetti più critici che possano ostacolarne lo sviluppo.



SECONDA PARTE: A CHI RIVOLGERSI

Notizie ed informazioni per svelare i segreti dei più importanti operatori del settore. Dove andare e a chi rivolgersi per avere un servizio di qualità.



TERZA PARTE: DOVE TROVARLI

Indirizzi e recapiti per viaggiare sicuri.



IL TARGET



IL TARGET: I Quaderni della Comunicazione nascono per parlare non solo agli addetti ai lavori ma a tutti coloro che in azienda si trovano a dover affrontare la scelta del giusto partner con cui collaborare in un'ottica che sempre più muove verso il concetto di comunicazione integrata, fondata sulla coerente interazione tra mezzi e strumenti.

Il lettore de **I Quaderni della Comunicazione** non è quindi esclusivamente il manager della grande multinazionale ma anche il responsabile marketing e comunicazione della piccola e media impresa che desidera una guida discreta, affidabile e professionale che lo accompagni nel processo decisionale.

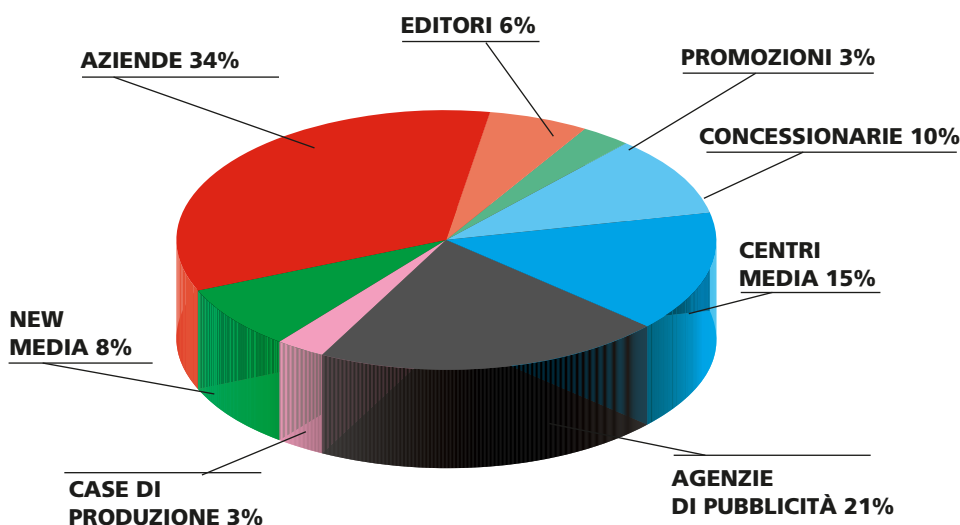
I Quaderni della comunicazione sono anche uno strumento di supporto alle attività didattiche di numerosi Atenei e Istituti di formazione professionale.

DIFFUSIONE

Il Quaderno, viene distribuito in **10.000 copie** a tutti gli **amministratori delegati, responsabili marketing e comunicazione delle aziende italiane**. I **Quaderni della comunicazione** rappresentano infatti uno strumento straordinario per contattare tutti gli operatori di settore e le più importanti aziende italiane protagoniste nel mondo della comunicazione e della pubblicità.



UTENTI PER SETTORE



LA DIFFUSIONE

SOCIAL RESPONSIBILITY



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY COS'È E COME SI COMUNICA

La collana dei **I Quaderni della Comunicazione** di ADC – Agenzia della Comunicazione - si arricchisce di un argomento inedito: la **Corporate Social Responsibility**. Una nuova frontiera nel modo di fare impresa, dove la comunicazione assume un ruolo determinante nella veicolazione dei valori sociali nei confronti dei consumatori e dei diversi pubblici di riferimento. Nasce dunque la necessità di creare nuove regole per la 'gestione del business', modi che invadono l'operatività aziendale, dalla produzione alla comunicazione. Quest'ultima, infatti, diviene il mezzo per diffondere all'esterno la nuova 'cultura del sociale', così da soddisfare e convincere la crescente domanda di 'impegno', che gli stessi consumatori iniziano sempre più a porre quale nuova discriminante nelle loro scelte d'acquisto.



PRIMA PARTE: LA GEOGRAFIA DEL MERCATO

Cos'è la Corporate Social Responsibility. Quando, come e dove nasce: uno sguardo alle origini di questa disciplina, una carrellata storica delle tappe salienti del suo sviluppo, sino a definire cosa oggi si debba intendere con il termine Corporate Social Responsibility.

Tra gli argomenti trattati: le **due valenze della responsabilità sociale**, efficacia (comunicazione) ed efficienza (razionalizzazione processi); le **"Cifre"** (a quanto ammontano gli investimenti in questo mercato ancora tutto da scoprire), la **CSR tra operatività e comunicazione** (analisi dei diversi strumenti con cui si comunica la Corporate Social Responsibility), il **ruolo delle istituzioni**, l'importanza della CSR anche per la piccola e media impresa, il **bilancio sociale**, i **casi di eccellenza** (carrellata di case history di aziende che hanno saputo mettersi in luce in tema di responsabilità sociale).



SECONDA PARTE: A CHI RIVOLGERSI

Questa sezione del quaderno vuole garantire un'informazione precisa e puntuale sulle strutture e sui professionisti che operano in quest'area.

Un'**analisi delle tipologie di servizio offerte**, delle logiche operative, delle politiche di intervento, con una dettagliata presentazione degli operatori più rappresentativi e quotati.

Agenzie di comunicazione, Istituzioni, Enti non profit, ecc..., spiegano come si fa CSR, e quali sono le corrette procedure per rendere efficace questo tipo di approccio

TERZA PARTE: LA CSR IN TASCA

Una sorta di "pagine gialle" della Corporate Social Responsibility, di facile ed immediata consultazione, perché sia possibile in ogni momento raggiungere chi sa soddisfare le diverse esigenze aziendali in materia.

CALENDARIO EDITORIALE 2005



Gennaio:	Quaderno "Un Anno di Campagne"
Febbraio:	Quaderno "Relazioni Pubbliche"
Marzo:	Quaderno "Pianificare l'Esterna"
Aprile:	Quaderno "Guida Eventi e Sponsorizzazioni"
Maggio:	Quaderno "Speciale Radio"
Giugno:	Quaderno "Speciale Festival di Cannes"
Luglio:	Quaderno "Social Responsibility"
Settembre:	Quaderno "Marketing Relazionale"
Ottobre:	Quaderno "Centri Media e Concessionarie"
Novembre:	Quaderno "TV Tematiche e digitali"
Dicembre:	Quaderno "Web: Pianificazione, Creatività e Comunicazione"

