

COMUNICATO STAMPA

Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne.

SUI MAXI SCHERMI URBAN VISION IN 5 GRANDI CITTA' ITALIANE

**“ROMPIAMO IL SILENZIO” PRIMA CAMPAGNA CONTRO LA VIOLENZA DI GENERE REALIZZATA IN 3D
E**

**“LA VIOLENZA NON È UN LUOGO COMUNE” CAMPAGNA REALIZZATA INSIEME A L'ESPRESSO E
CCO - CRISI COME OPPORTUNITÀ**

Il “25 novembre” non duri un giorno solo. Urban Vision rilancerà le campagne il 25 di ogni mese.

Roma, 24 Novembre 2022 – Domani Venerdì 25 novembre in occasione della giornata per l'eliminazione della violenza contro le donne, istituita dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite e che verrà celebrato a livello globale, sui propri maxi schermi led di Urban Vision lancerà a Roma, Milano, Napoli, Catania e Genova una campagna multisoggetto e di forte impatto contro il silenzio e contro i luoghi comuni che ancora circondano il fenomeno.

Rompiamo il silenzio è la prima campagna contro la violenza di genere mai sviluppata in Italia per maxi schermi 3D. Apparirà a Roma (piazza della Repubblica) e Milano (via Giulini) e in versione 2D su altri 25 mega schermi. Raffigura una donna che chiede aiuto battendo i pugni su una grande vetrata, riuscendo a romperla, con l'effetto di grandi pezzi di vetro che sembrano cadere sui passanti, e a liberarsi. Una campagna forte che evoca il coraggio delle donne, sempre più decise a non subire sopraffazioni, ma che invita tutti - donne e uomini - ad opporsi alla violenza sulle donne con coraggio e determinazione.

*“Abbiamo voluto questa campagna, a cui abbiamo dedicato il massimo dei nostri mezzi, perché siamo convinti che sia giunto il momento per appellarsi alla responsabilità e al coraggio di di tutti - spiega **Gianluca De Marchi** fondatore e Amministratore delegato di Urban Vision – È un messaggio in cui crediamo molto, che mette al centro il coraggio delle donne e il coraggio che tutti devono avere nel difenderle, perché quando ciò non accade è una sconfitta per l'intera società”.*

La violenza non è un luogo comune è la campagna sociale ideata da Celeste Costantino, coordinatrice dell'Osservatorio sulla parità di genere del Ministero della Cultura e sviluppata da Urban Vision in collaborazione con l'associazione CCO- Crisi Come Opportunità organizzazione senza scopo di lucro impegnata nel campo della comunicazione sociale.

Una campagna culturale che fa riflettere sull'importanza fondamentale del linguaggio, a partire da quegli stereotipi apparentemente innocui e benevoli che tradiscono una visione patriarcale e discriminatoria della donna, modi di dire come "chi dice donna dice danno" o "la donna è angelo del focolare".

*"Per il secondo anno consecutivo, insieme e grazie a Urban Vision abbiamo l'occasione di accendere i riflettori sulla Giornata Contro la Violenza sulle Donne con una campagna sui maxischermi della società, #LaViolenzaNONèunluogo ideata da Celeste Costantino in collaborazione con CCO - Crisi Come Opportunità e Urban Vision e valorizzata dal settimanale L'Espresso – dichiara **Giulia Minoli** vicepresidente CCO-Crisi Come Opportunità - La campagna tiene aperto il doppio livello di 'falsa narrazione' che esiste ai danni delle donne: da una parte gli stereotipi dichiarati, quelli che apparentemente non fanno male, quelli ormai più vicini a dei proverbi piuttosto che a dei giudizi ragionati, dall'altra, invece, ci gli stereotipi esplicitamente pericolosi, le narrazioni della vergogna, quelle che comprendono, tollerano o addirittura giustificano la violenza sulle donne. Un lavoro congiunto che vorremmo non fosse relegato a questa giornata, ma valorizzato costantemente"*

Un invito che è stato subito accolto da Urban Vision: "Non limiteremo il nostro impegno per le donne a questa importante giornata - ha aggiunto **Gianluca De Marchi** - le campagne torneranno a vivere sui nostri grandi schermi il 25 di ciascun mese dell'anno, per rappresentare simbolicamente ma in modo concreto, che il messaggio di questa giornata deve restare vivo sempre".

Entrambe le campagne, "Rompiamo il Silenzio" e "La violenza non è un luogo comune" verranno trasmesse per l'intera giornata del 25 novembre in versione 2D sui 25 mega schermi Urban Vision nelle città di Roma, Milano, Napoli, Catania e Genova.

Immagini e video della campagna possono essere scaricate da questo link: <https://we.tl/t-F2KtMXd9mM>

- . -

Urban Vision

Urban Vison è una Digital Media Company leader nei restauri sponsorizzati e nella valorizzazione del patrimonio culturale attraverso progetti di comunicazione integrata; editrice e concessionaria di spazi pubblicitari out of home e digital out of home. In diciotto anni di attività, grazie alla collaborazione tra Urban Vision ed istituzioni pubbliche e private, sono stati restaurati circa 300 edifici tra chiese, monumenti e palazzi storici e raccolti fondi per 212 milioni di euro.

CCO - Crisi Come Opportunità

L'Associazione CCO - Crisi Come Opportunità si occupa di laboratori di formazione e sensibilizzazione di giovani e comunità locali attraverso l'uso dell'arte, in tutte le sue forme: teatro, rap, sceneggiatura, fotografia e cinema. Da oltre dieci anni realizza documentari, pubblicazioni, video testimonianze, spettacoli teatrali, campagne di sensibilizzazione e progetti formativi lavorando nelle periferie, nelle carceri minorili e nelle scuole del nostro Paese.

URBAN VISION

Contatti stampa

Eprcomunicazione - fraccaro@eprcomunicazione.it - ufficiostampa@eprcomunicazione.it