

'Chains and the city': il nuovo progetto di Acqua Group per **Global Thinking Foundation** e Fondazione Pubblicità Progresso

LINK: <http://www.adcgroup.it/adv-express/news/industry/csr/chains-and-the-city-il-nuovo-progetto-di-acqua-group-per-global-thinking-foundation-e-f...>



01/09/2020 16:23
Csr'Chains and the city': il nuovo progetto di Acqua Group per **Global Thinking Foundation** e Fondazione Pubblicità Progresso Lo spot realizzato dall'agenzia fa parte della campagna di sensibilizzazione all'alfabetizzazione finanziaria e alla violenza economica e racconta un mondo fatto di storie ispirate a donne e vicende reali. Acqua Group, gruppo data-driven specializzato nella consulenza e nella comunicazione integrata omnichannel, associato UNA, Confindustria Intellect e CNCC e guidato da Davide Arduini e Andrea Cimenti - insieme a **Global Thinking Foundation** e a Fondazione Pubblicità Progresso per la sensibilizzazione all'alfabetizzazione finanziaria e alla violenza economica sulle donne. Da anni al fianco di Fondazione Pubblicità Progresso nella realizzazione di campagne sulla sostenibilità ambientale e l'integrazione,

quest'anno Acqua Group ha accettato un'altra sfida, quella di trattare un tema tanto delicato quanto vitale, soprattutto in un momento storico come quello attuale: l'alfabetizzazione finanziaria e la violenza economica sulle donne. È infatti on air "Chains and the City", lo spot realizzato dall'agenzia per la campagna di sensibilizzazione all'alfabetizzazione finanziaria e alla violenza economica promossa da **Global Thinking Foundation** e Fondazione Pubblicità Progresso. L'obiettivo è puntare i riflettori e aiutare il pubblico a comprendere un problema così sfaccettato e complesso, esplicitando allo stesso tempo che uscire dalla spirale della violenza economica è possibile. Quando si parla di violenza economica, si parla innanzitutto dell'inconsapevolezza che è la principale causa di fenomeni di coercizione che lentamente logorano la

libertà di migliaia di donne: è così che il denaro si trasforma in uno strumento di controllo alle spalle di vittime ignare che non riescono a riprendere in mano la loro vita. La presa di coscienza è, quindi, il primo passo per sconfiggere questa forma di violenza. Un argomento importante, dunque, che lo spot descrive attraverso una narrazione volutamente lontana dal linguaggio pubblicitario, per farci immergere in un mondo fatto di storie ispirate a donne e vicende reali. Dietro ogni racconto, incentrato sul rapporto economico con il proprio compagno, si nasconde una verità che lo stesso spettatore ha inizialmente difficoltà a riconoscere. È solo l'ultima delle quattro amiche protagoniste dello spot a farci aprire gli occhi bucando lo schermo con uno sguardo la cui intensità mette in luce tutta la drammaticità del problema. Francesco Guerrera, Group

Executive Creative Director di Acqua Group, spiega: "Ci è capitato spesso di affrontare campagne di sensibilizzazione in maniera 'creativa' ma lavorando su questo progetto ci siamo resi presto conto che la realtà è spesso molto più potente dell'immaginazione. Studiando le storie vere che ci ha fornito **Global Thinking Foundation** e analizzando i dati in nostro possesso, abbiamo capito che strategicamente era proprio l'inconsapevolezza il vero protagonista della nostra storia e purtroppo di tantissime storie di donne italiane. Quindi abbiamo messo in scena una 'normale' conversazione tra amiche, così come purtroppo spesso accade". "Desideriamo ringraziare **Claudia Segre**, Presidente di **Global Thinking Foundation** - continuano Davide Arduini e Andrea Cimenti, rispettivamente Presidente e CEO di Acqua Group - per averci coinvolto in questo importante progetto di sensibilizzazione che tutto il nostro team ha abbracciato fin da subito con grande passione e coinvolgimento non solo professionale". Credits: Acqua Group - Agenzia Group Executive Creative Director - Massimo Del Monaco, Francesco Guerrera Associate Creative Director - Fabrizio Frasca, Roberto Ferrario Head of Copy - Veronica Maggi Art

Director - Sara Ballarini
Copywriter - Corrado Bertini
Head of Advertising - Andrea Casneda
Account Executive - Alice Usai
The Family - Casa di produzione
Executive Producer - Lorenzo Ulivieri
Producer - Danielle Joujou
Junior Producer - Raffaele Fusco
Head of Production - Federico Luiselli
Director - Alessandro Amoroso & Massimiliano Takacs
DOP - Luca Costantini
Stylist - Valentina Mezzani
Set Designer - Benedetta Maestro
Post Producer - Barbara Calicchio
Post Production - You Are Editor
- Nicola Mucelli
Grading - Daniel Pallucca