

URBAN VISION PRESENTA “BREAK THE FAKE”, UNA CAMPAGNA OUTDOOR IN 3D CONTRO LE FAKE NEWS, A SUPPORTO DELLA VACCINAZIONE

La media company leader nell’adv outdoor lancia una call to action per distruggere le fake news con la firma creativa di dentsu sul maxi led di Corso Vittorio Emanuele II a Milano.

Milano, 13 Dicembre 2021 – La pandemia non si ferma e con l’avanzare della **variante Omicron** anche in Europa, tra restrizioni e chiusure, vaccinarsi rimane l’unica soluzione possibile. La campagna vaccinale si trova però a fare i conti con la propagazione delle **fake news**, i cui effetti sono pericolosi tanto quanto il mancato rispetto delle misure igienico sanitarie. Il problema è talmente serio da aver spinto **l’Istituto Superiore di Sanità (ISS)** a creare un vademecum in cui raccoglie e smentisce le più diffuse. Uno studio della Fondazione Mesit* rivela che oltre 909mila persone seguono pagine, canali o gruppi Facebook e Telegram nei quali si dialoga sul tema vaccini, attestando al **49,3% la percentuale di fake news sulla pericolosità del vaccino**.

L’analisi dello scenario attuale ha spinto **Urban Vision** a prendere posizione contro la diffusione incontrollata di notizie non verificate, lanciando una campagna a sostegno della vaccinazione ma soprattutto della corretta informazione.

Insieme al supporto creativo di **dentsu**, è stata realizzata una 3D animation, ultima proposta tech del digital out of home di casa Urban Vision, che sfrutta la forza del 3D applicato all’outdoor per rendere ancora più impattante il messaggio contro le fake news sul tema della vaccinazione, che condizionano negativamente l’opinione pubblica.

Qui il video della campagna on air: <https://youtu.be/QcgoFy1vO0Q>

*“La diffusione di notizie false da diversi anni influenza la popolazione su temi fondamentali, come la salute, con effetti devastanti. Urban Vision è una media company leader nei progetti di comunicazione integrata e con un presidio consistente nelle principali città italiane ed ha la responsabilità di poter assegnare grande visibilità a tematiche socialmente rilevanti, offrendo il proprio contributo per arginare la distorsione e la manipolazione delle notizie non verificate.” - afferma **Gianluca De Marchi, CEO e co-founder di Urban Vision** -“Con ‘Break the Fake’ ci siamo attivati concretamente, anche alla luce dei recenti sviluppi, per sostenere le istituzioni e le realtà private che operano per contrastare la disinformazione sul tema dei vaccini. La campagna è stata ideata con questo intento ed è concepita e realizzata in 3D per rafforzarne il contenuto e potenziarne l’impatto sull’opinione pubblica.”*

Stefano Morelli, Chief Creative Officer di dentsu: *“Mettersi alla prova su un tema così importante e delicato avendo la possibilità di sfruttare uno spazio che si prestasse così efficacemente all’idea creativa, sono stati i due elementi che ci hanno fatto da subito raccogliere la sfida. Riuscirci cogliendo davvero l’attenzione dell’opinione pubblica accendendone la curiosità, il risultato che speriamo di aver raggiunto. Le campagne che si impegnano per migliorare la società in cui viviamo, anche solo di poco, sono un dovere, specialmente in un momento come questo. Oggi più che mai quando idea, messaggio e media lavorano assieme, si aprono infinite possibilità.”*

La **campagna “Break The Fake”** è attualmente on air sul maxi led Urban Vision in Corso Vittorio Emanuele II a Milano.

URBAN VISION

**FONTE: REPORT SU FAKE NEWS E VACCINI COVID-19 DEL MESIT, FONDAZIONE PER LA MEDICINA SOCIALE E L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA*

Credits

Urban Vision:

Project Manager: Marika Villa
Production Coordinator: Naike Mollica
Media Agency Manager: Barbara Daresi
Media Agency Account: Dario Costa

Dentsu Italia:

Chief Creative Officer (dentsu creative): Stefano Morelli
Head of Operations (dentsu creative): Chiara Lamera

The Big Now/mcgarrybowen:

Executive Creative Director: Stefano Battistelli / Francesco Epifani
Creative Strategy Director: Silvia Cannata
Creative Director: Domenico de Musso / Roberto Giardinelli
Graphic Designer: Stefano Trolese
Client Director: Caterina Guastini

Isobar:

Chief Experience Officer: Diego Vurro
3d Artist: Alessio Amato
Motion Designer: Ivan Litvinenko

Casa di produzione: The Big Angle

Film and Production Director: Flavio Nani
Filmmaker: Nicola Schito
Producer: Elisa Capetti
Post-production: PasteuP

URBAN VISION è una **Digital Media Company Green** leader in Europa 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 oltre quindici 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**.

URBAN VISION è la prima media company con **certificazione ISO 14064-1** che si distingue per sistema di gestione per il **monitoraggio e la rendicontazione delle proprie emissioni di gas serra** certificato ai sensi della norma ISO 14064-1.

urbanvision.it

Dentsu International aiuta aziende e brand a ottenere un progresso che conti davvero, grazie all'acquisizione di nuovi clienti, il mantenimento e la crescita degli attuali. Offre un'innovativa serie di prodotti e servizi nel media, nel CXM e nella creatività, in 145 Paesi con 45.000 specialisti dedicati. Fanno parte di dentsu italia: Carat, dentsu X, iProspect, Isobar, MKTG, Simple Agency, The Big Now/mcgarrybowen, The Story Lab, Vizeum, con 1.000 professionisti nelle sedi di Milano e Roma.

dentsu.com/it