



## **Amnesty International affida alla Cake Media di Londra il lancio della campagna di sensibilizzazione sulla violenza domestica**

**Agosto 2006:** La Cake Media di Londra, agenzia di pubblicità e Relazioni Pubbliche londinese specializzata in “brand entertainment” ha ricevuto da Amnesty International l’incarico di produrre e diffondere una nuova campagna stampa e virale dal titolo “Stop Violence Against Women”, con lo scopo di aumentare la sensibilizzazione verso la violenza domestica. L’agenzia è stata contattata nel Marzo del 2006 e la campagna verrà diffusa alla fine del mese.

Amnesty International, con la campagna “Stop Violence Against Women” si è prefissa l’obiettivo di mostrare al mondo che la violenza domestica non è solo un problema privato, ma una violazione dei diritti umani delle donne.

Alla Cake Media è stata commissionata una campagna stampa e virale che inducesse le persone a fermarsi, pensare e rilevare che la violenza domestica è un problema che cresce intorno a noi. La campagna dimostra che il problema della violenza domestica non ha confini geografici e che è diventato un problema globale a cui bisogna por fine. Alla Cake saranno affidati il concept, la creatività, il copywriting e il seeding della campagna virale, mentre i clip saranno prodotti dall’agenzia Stink Tv, già premiata con vari award per le sue creazioni.

La campagna sarà composta da due video clips, diretti da Martin Krejci, il primo dei quali sarà intitolato “One Man Fight”.

**Jez Jowett, noto Direttore del reparto Digital Media della Cake,** commenta: “One Man Fight” ha lo scopo di indurre lo spettatore a credere che sta guardando il remake di una scena di un film, Raging Bull o Fight Club, per esempio. Ma il passaggio da una scena in un’ambiente molto “underground” alla vita domestica riporta potentemente alla realtà, dove le donne sono picchiate quotidianamente senza distinzione di razza, lingua e paese di provenienza”.

Questo video sarà reso pubblico su internet in un apposito sito. L’indirizzo è: <http://www.onemanfight.com>.

Il secondo video clip sarà intitolato “Up to 69”. A riguardo Jowett aggiunge: “indurrà lo spettatore a realizzare che la violenza domestica non è un problema privato e non può, non deve, essere ignorato.”

La campagna verrà lanciata a livello internazionale. I clip saranno visibili on line per due mesi, mentre la campagna su stampa procederà simultaneamente nel mese di Settembre.

Amnesty International è l'ultima organizzazione a entrare a far parte della ricca famiglia dei clienti della Cake, che già annovera grandi imprese del calibro di Nintendo, Reebok, PG Tips, Motorola, Carling, and Bacardi.

-ENDS-

For more information, please contact:

Davnet Doran on 020 7307 3126

**Notes to editors:**

“Stop Violence Against Women” Print Campaign

Photographer - David Oldham at Lisa Gorman Agency

Models - Darren Wardle at Reality Check, Sarah Reeves at Ugly

Make up artist - Phyllis Cohen

Art Direction - Simon Moore Cake

Cake is a privately owned company, and was formed in 1998

The agency offers brand entertainment solutions across PR, Live events, On-line, Design, and sampling for more than 25 clients.

There is currently 65 full time staff based at the agency in central London.

For examples of Cake's most recent work visit [www.cakegroup.com](http://www.cakegroup.com)