

MALATTIE REUMATOLOGICHE, LO SPOT APMARR “FREE ROPE” ON AIR SU SKY

Celano (presidente APMARR): “Le 150 patologie reumatologiche colpiscono oltre 5 milioni di italiani e ancora oggi non sono riconosciute a livello sociale. Con il nostro spot puntiamo a informare i cittadini”

Lorenzo Marini: “Il racconto dei movimenti limitati, della tensione delle azioni, di mani tese e braccia che non riescono ad allungarsi ha come antagonista della libertà di questi corpi una corda rossa che stringe e costringe”

Milano, 17 marzo 2022 – Le patologie reumatologiche e il dolore vissuto quotidianamente dagli oltre 5 milioni di persone che in Italia ne soffrono arrivano in tv. Fino a sabato 19 marzo lo spot di informazione e sensibilizzazione sulle malattie reumatologiche “Free Rope” di **APMARR – Associazione Nazionale Persone con Malattie Reumatologiche e Rare**, nella sua versione da 30”, sarà trasmesso in diretta, con **209 passaggi totali**, sui principali canali Sky su satellitare e digitale terrestre (*Fox Channel, Fox Channel +, Nat Geo Wild, National Geographic, Pop Up Sky Cinema 2, Sky Arte, Sky Arte +1, Sky Cinema Action, Sky Cinema Collection, Sky Cinema Comedy, Sky Cinema Drama, Sky Cinema Due, Sky Cinema Family, Sky Cinema Romance, Sky Cinema Uno, Sky Cinema Uno +24, Sky Documentaries, Sky Documentaries +1, Sky Investigation, Sky Meteo 24, Sky Nature, Sky Serie, Sky Serie +1, Sky Sport Action, Sky Sport Arena, Sky Sport Football, Sky Sport NBA, Sky Sport Tennis, Sky Sport Uno, Sky Sport Uno Dtt, Sky TG24 Primo Piano*).

“Nonostante gli importanti numeri di queste patologie croniche (in Italia ne soffrono oltre 5 milioni di persone di cui circa 700 mila in forme severe e invalidanti) – **spiega Antonella Celano, presidente di APMARR – Associazione Nazionale Persone con Malattie Reumatologiche e Rare APS** - quelle reumatologiche, purtroppo, sono ancora oggi patologie poco conosciute e soprattutto non riconosciute a livello sociale. I cittadini vanno adeguatamente informati sugli impatti delle oltre 150 patologie reumatologiche ed è per questo motivo che, come associazione, in occasione della campagna #diamoduemani21, promossa per la Giornata Mondiale delle Malattie Reumatiche, abbiamo deciso di promuovere uno spot nazionale di sensibilizzazione. L’alfabetizzazione sanitaria – **conclude Celano** - è centrale per aumentare il patient engagement, andando a costruire una vera alleanza tra i pazienti e tutto l’ecosistema della reumatologia”.

“Uno spot, dal tone of voice empatico ed emozionale, lontano da quegli stereotipi di pietismo spesso tipici del settore - **ha spiegato Lorenzo Marini, fondatore e presidente dell’omonimo gruppo**. Una narrazione simbolica che, attraverso l’uso di immagini evocative ed eleganti che trasformano i corpi in paradigmi e la malattia in una corda rossa, descrive l’impossibilità creata dalla patologia reumatologica. Il racconto dei movimenti limitati, della tensione delle azioni, di mani tese e braccia che non riescono ad allungarsi ha come antagonista della libertà di questi corpi una corda rossa che stringe e costringe. Uno spot che stupisce, cattura l’attenzione ed emoziona”.

Ideato dall'agenzia creativa milanese **Lorenzo Marini Group** lo spot *"Free Rope"*, nelle sue versioni da 30" e 60", è stato presentato in anteprima lo scorso 11 ottobre nel corso del convegno istituzionale *"L'assistenza territoriale integrata in reumatologia"*, organizzato presso la Sala Zuccari di Palazzo Giustiniani del Senato della Repubblica in occasione della Giornata Mondiale delle Malattie Reumatiche 2021. Dopo essere stato trasmesso in diretta, lo scorso autunno, sui principali canali online dei principali quotidiani e settimanali nazionali e sui circuiti tv di aeroporti, metropolitane, grandi stazioni ferroviarie e farmacie ora fa il salto anche sul piccolo schermo con una campagna gratuita, promossa da Sky per il Sociale.

La casa di produzione che ha realizzato lo spot *"Free Rope"* è la **Filmgood di Pierangelo Spina** con la **regia di Dario Piana**, le **fotografie di Stefano Morcaldo** e le **musiche inedite di Mariella Nava**. Partner strategico di questo importante progetto è **Axess Public Relations**, agenzia italiana di pubbliche relazioni, fondata e diretta da Dario Francolino.