



FIGHTTHESTROKE E DUDE MILANO LANCIANO “A TRULY CEREBRAL CAMPAIGN”: QUANDO UN PROBLEMA DI RAPPRESENTAZIONE DIVENTA L’IDEA DELLA CAMPAGNA

In occasione della Giornata Mondiale della Paralisi Cerebrale, una campagna internazionale trasforma la rappresentazione da qualcosa che viene fatto *sulle* persone con disabilità a qualcosa che viene creato *con* loro.

Milano, 2 ottobre 2026 – In occasione del **World Cerebral Palsy Day 2026**, la **Fondazione FightTheStroke** lancia “**A Truly Cerebral Campaign**”, una nuova campagna internazionale di sensibilizzazione sulla Paralisi Cerebrale, realizzata insieme a **DUDE Milano**.

Dopo il manifesto film dello scorso anno “*You’ve got to be Ballsy to have Cerebral Palsy*”, con cui FightTheStroke e DUDE Milano avevano iniziato a far conoscere la condizione, quest’anno l’esigenza era di andare oltre: rendere sempre più riconoscibile la Paralisi Cerebrale mostrandone l’unicità. La Paralisi Cerebrale, infatti, è una condizione di disabilità permanente che può manifestarsi in modi profondamente diversi da persona a persona, influenzando il movimento, la postura, la comunicazione, la coordinazione, l’autonomia e molte attività della vita quotidiana. Una complessità che la rende difficile da spiegare e, ancora di più, da rappresentare.

È proprio questa difficoltà di rappresentazione a diventare il punto di partenza creativo della campagna.

Il film porta il pubblico all’interno di una fittizia agenzia pubblicitaria, dove un team creativo riceve da FightTheStroke un brief apparentemente semplice: creare una campagna che possa raccontare cos’è la Paralisi Cerebrale.

I creativi partono sicuri di sé, con un’idea chiara e una definizione dritta al punto. Ma tutto crolla non appena entrano nello studio dove vengono fatti i casting. Ogni persona che incontrano, infatti, mette in discussione la loro idea iniziale di Paralisi Cerebrale. C’è chi smentisce quello che pensavano sul movimento, chi sul linguaggio, chi sulla comunicazione, chi sulle attività quotidiane. Così la sceneggiatura viene riscritta. E poi riscritta ancora e ancora.

Più il team cerca di definire la Paralisi Cerebrale, più la definizione diventa sempre più lunga e complessa. Fino a quando i creativi si rendono conto che il problema non è trovare la persona giusta per rappresentare la Paralisi Cerebrale, è che non esiste una sola persona in grado di rappresentarle tutte perché, come recita il film in chiusura, “**CEREBRAL PALSY NEVER LOOKS THE SAME**”.

Ma “A Truly Cerebral Campaign” non si conclude con il film. Una call to action finale infatti invita le persone con Paralisi Cerebrale a prendere parte a una casting call globale.

Condividendo sui social un semplice self-tape (proprio come quelli che si ricevono per valutare i protagonisti di un film o uno spot), i partecipanti sono invitati a presentarsi, raccontare la propria Paralisi Cerebrale e, soprattutto, mostrare ciò che sanno fare: ballare, praticare sport, cantare, suonare

Contatti Stampa: Alessio Cappuccio
Email: alessio@montanaripr.com
Mobile: +39 333 540 5092

Niccolò Montanari
Email: nico@montanaripr.com
Mobile: +44 749 227 8794

uno strumento, parlare diverse lingue, svolgere una professione, coltivare un hobby o semplicemente mostrare un'attività quotidiana che hanno imparato a fare in un modo tutto loro.

I video verranno raccolti sui canali social di FightTheStroke creando un Truly Cerebral Casting Archive: una raccolta digitale pensata per rendere visibile la varietà delle persone con Paralisi Cerebrale anche all'interno dell'industria creativa. L'obiettivo è creare un punto di incontro tra questa community e agenzie, case di produzione, filmmaker e brand, offrendo nuovi volti, talenti e possibilità di casting e contribuendo a rendere la rappresentazione inclusiva una parte sempre più naturale del processo creativo.

La campagna è distribuita interamente sui canali digital e social della Fondazione FightTheStroke, sia in organico che paid, e diffusa a livello global con il supporto di associazioni partner della Fondazione che condivideranno il contenuto sulle loro pagine per massimizzarne la diffusione.

La pianificazione media è stata seguita da Kotton.

Francesca Fedeli, Presidente della Fondazione FightTheStroke, ha dichiarato:

“Per anni abbiamo cercato di spiegare la Paralisi Cerebrale attraverso ciò che può limitare. Ma nessuna definizione potrebbe restituire l'esperienza nella sua interezza, perché la Paralisi Cerebrale non si manifesta mai allo stesso modo da una persona all'altra. Se persino un team creativo non riesce a individuare la persona 'giusta' con Paralisi Cerebrale, come possiamo aspettarci che il mondo riconosca questa condizione attraverso un unico volto o una singola storia? Per questo non stiamo cercando una persona che possa rappresentare tutti. Stiamo aprendo il casting a tutti.”

Livio Basoli, CCO & Partner di DUDE Milano, ha dichiarato:

“La campagna dello scorso anno ci ha insegnato quanto sia difficile definire e rappresentare la Paralisi Cerebrale senza semplificarla.”

Lorenzo Picchiotti aggiunge:

“Quest'anno abbiamo deciso di trasformare la nostra esperienza con la difficoltà di rappresentazione della condizione, nella campagna stessa. Non esiste un unico modo in cui la Paralisi Cerebrale si manifesta o viene vissuta. E non dovrebbe esistere nemmeno un unico modo di rappresentarla.”

Tommaso Pietrarelli, Co-Founder & Partner di Kotton, ha dichiarato:

“Lavorare al fianco di FightTheStroke ci ha ricordato quanto sia importante raccontare la Paralisi Cerebrale senza ridurla a un'unica narrazione. Per noi, i media non sono stati semplicemente uno strumento per amplificare la campagna, ma un mezzo per creare spazio per più storie e, soprattutto, per le persone che vivono questa realtà ogni giorno.”

Credits

Client: FightTheStroke

Agency: DUDE Milano

Chief Creative Officer & Partner: Livio Basoli, Lorenzo Picchiotti

Creative Director: Ilaria Biani, Cecilia Rocchetta

Contatti Stampa: Alessio Cappuccio
Email: alessio@montanaripr.com
Mobile: +39 333 540 5092

Niccolò Montanari
Email: nico@montanaripr.com
Mobile: +44 749 227 8794

Chief Strategy & Innovation Officer: Lorenzo Foffani

Senior Strategic Planner: Grazia Zucchiatti

Head of Content: Ludovica D'Aquino

Business Director: Elena Panza

Account Director: Ilario Ruffini

Senior Account Manager: Antonia Martone

Head of Physical Production: Simone Raddi

Senior Producer: Maria Chiara Muglia, Irene Taverna

Junior Producer: Gabriele Lippi

Production Coordinator: Francesca Di Donna

Post Production Director: Seba Morando

Post Producer: Silvia Brigoli

Junior Post Producer: Greta Verderio

Editor & Motion Designer: Alessandro Menotti

Production

Director: Tommaso Pitta

DOP: Luca Esposito

1AD: Isabella Corsini

2AD: Violetta Sbaragli Production Manager: Matteo Selvatico

Production Assistant: Vittoria Vitina Di Legami

Photographer: Isabella Sanfilippo

Ass. Photographer: Elisa Turri

Casting Director: Alessia Tonellotto, StiCasting

Visualizer: Stefano Pisano

Set Designer: Marco Monti

Ass. Set Designer: Noemi Brolatti, Greta Cosenza

Contatti Stampa: Alessio Cappuccio
Email: alessio@montanaripr.com
Mobile: +39 333 540 5092

Niccolò Montanari
Email: nico@montanaripr.com
Mobile: +44 749 227 8794

Prop Masters: Fabrizio Florio, Marco Rizzo

Stylist: Aurora Zaltieri

Ass. Stylist: Micaela Tana

Make Up Artists: Erika Monti, Margherita Brunazzo, Francesca Prinzi

1AC: Rocco Cirifino, Milos Rimini

2AC: Alice Priante

VTR: Martina Cavagnino

Steadicam Operator: Mirco Passero

Ass. Ohana Film Crew: Ludovica Cordoni

2nd Camera Operator: Xu Ruichi

Gaffer: Mattia Bernabè

Electrician: Sebastiano Fiorillo

Trainees: Alessia Sartori, Arturo Cortese, Daniele Scarciello, Edoardo Caselli

Sound Technicians: Stefano De Menech, Pietro Ulivieri, Marcello La Fortezza

Equipment Rental: Ohana Film Crew, Panalight SpA

Locations: PKT Studios srl, Inda Kids Milano

Transport: Ambrogio Meschini

Colour Grading: Anna Visigalli

Sound Design & Mix: Operà Music

Soundtrack: Tommaso Porro

Media Partner: Kotton

Partner & Co-Founder: David Abravanel, Tommaso Pietrarelli

Strategy: Ivan Alcantara

Paid Media Director: Elena Orciuolo

Senior Media Manager: Antonia Martone

Cast

Contatti Stampa: Alessio Cappuccio
Email: alessio@montanaripr.com
Mobile: +39 333 540 5092

Niccolò Montanari
Email: nico@montanaripr.com
Mobile: +44 749 227 8794

Celina Tolbert, Alina Mansukhlal, Fabio Tarditi, Aishwarya Falke, Tommaso Matelli, Sofia Pauly, Estée Gerritsen, Tobia Gibellini, Gabriele Stramare, Subhan Giuliana, Viola La Rocca, Giulia Delli Rocioli, Davide Fiore, Diego Magnanini, Jordan Morey, Pietro Cardi, Noemi Falzoni, Justina Cirali, Mattia Bracciali, Agata Vincenzi, Mario D'Angelo.

Extras

Mauro Cipriani, Massimiliano Acerbi, Silvia D'Ambrosio, Gabriele Colombo

###

DUDE

Fondata a Milano nel 2008 da Davide Baldi e Lorenzo del Bianco, DUDE è diventata una delle principali realtà creative in Italia. Con l'apertura di DUDE London nel 2017, oggi conta oltre 100 persone tra Milano e Londra. Il gruppo comprende DUDE Design, studio di branding e design che unisce estetica e strategia nella creazione di identità visive distintive, DUDE Originals per contenuti di intrattenimento originali, DUDE Things dedicata a investimenti in start-up tramite consulenza di branding e comunicazione, e Fondazione DUDE, organizzazione non profit che utilizza la creatività per generare impatto sociale attraverso progetti culturali e iniziative a valore pubblico.

Website: <https://dude.it>