

Nota stampa

Milano, 25 novembre 2018

Nuvenia si schiera contro la violenza sulle donne

In occasione del 25 novembre, il marchio Nuvenia di Essity Italia aderisce a “Discovery for good” rinunciando ad alcuni spazi pubblicitari per dar voce all’iniziativa

Nuvenia aderisce per la prima volta al progetto **Discovery for Good**, l’iniziativa di corporate social responsibility di Discovery per sensibilizzare l’opinione pubblica e dare un contributo concreto al miglioramento di una società aperta e totalmente priva di discriminazioni.

Il 25 novembre, la Giornata internazionale contro la violenza sulle donne, Nuvenia rinuncerà ad alcuni spazi pubblicitari a favore della messa in onda delle clip realizzate per dar voce all’iniziativa declinata su due dei canali di punta di Discovery - **Real Time e DMAX**.

Real Time per l’occasione trasmetterà al posto di promo e spot, testimonianze di donne vittime di violenza, brevi racconti tratti da testimonianze reali e interpretate da attrici.

DMAX, il canale maschile del gruppo Discovery, per la prima volta anche scende in campo al fianco delle donne, con un’iniziativa che coinvolgerà in prima persona gli atleti della Nazionale Italiana Rugby, grazie alla collaborazione con Federazione Italiana Rugby.

Il 24 novembre, giorno del match con i temutissimi All Blacks, alcuni atleti scenderanno in campo nel riscaldamento pre-partita indossando delle magliette con dei numeri insoliti come “6,788, 31,5 o 62,7”. Numeri che in realtà sono legati al fenomeno della violenza sulle donne in Italia.

Tutte le iniziative per il 25 novembre avranno un unico hashtag: **#VoceAlleDonne**. Partner dell’intero progetto è Action Aid.

Per ulteriori informazioni contattare:

Anna Del Piccolo, Ufficio Stampa Essity, 335 8470267, anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com

Arianna Bonfioli, Ufficio Stampa Essity, 342 1540357, arianna.bonfioli@omnicomprgroup.com

Informazioni su Essity

Essity è un’azienda globale leader nel settore dell’igiene e della salute e che opera per migliorare il benessere attraverso prodotti e soluzioni essenziali per la vita di tutti i giorni. Il nome Essity nasce dalle parole inglesi “essentials” e “necessities”. Il modello di business si basa su uno sviluppo sostenibile, focalizzato sulla creazione di valore per le persone e la natura. La società commercializza i propri prodotti in circa 150 paesi tramite marchi leader a livello globale quali TENA e Tork e altri importanti marchi tra cui Jobst, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda e Zewa. Essity impiega circa 48.000 dipendenti e nel 2017 ha realizzato un fatturato netto pari a 11,3 miliardi di euro. La società ha sede a Stoccolma, Svezia, ed è quotata al NASDAQ di Stoccolma. Per maggiori informazioni visitare il sito: www.essity.com

