

Nota stampa

Milano, 25 novembre 2019

Essity vicino alle donne: ogni forma di violenza è priva di amore

Anche quest'anno Essity, con il suo brand Nuvenia, celebra la Giornata internazionale contro la violenza sulle donne aderendo alla campagna **DISCOVERY FOR GOOD**, di Discovery Italia, rinunciando di alcuni spazi pubblicitari a favore della messa in onda di clip a tema realizzate per l'iniziativa.

Nuvenia rinnova il suo impegno contro la violenza sulle donne e partecipa, per il secondo anno consecutivo, al progetto di corporate social responsibility **Discovery for Good**, lanciato da Discovery Italia per sensibilizzare l'opinione pubblica e diffondere una cultura aperta, priva di discriminazioni.

"Quando parliamo di violenza, non parliamo d'amore", questo il messaggio alla base della campagna di Discovery Italia per la **Giornata internazionale contro la violenza sulle donne** alla quale **Nuvenia ha aderito con entusiasmo rinunciando ad alcuni dei suoi spazi televisivi a favore della messa in onda di contenuti contro la violenza.**

Nell'ambito della campagna, saranno trasmesse delle clip della durata di 20 secondi realizzate con animazioni in grafica che cercheranno di fare luce sul concetto di amore, lontano anni luce da quello di violenza.

Aderendo a questa iniziativa, Nuvenia scende in campo a fianco delle donne vittime di violenza, incoraggiando un dialogo più attento e consapevole sul tema, soprattutto per svincolare ogni atto di violenza dal concetto di amore.

Tutte le iniziative del progetto per il 25 novembre avranno un unico hashtag: #AmoreNonÈViolenza

Per ulteriori informazioni contattare:

Anna Del Piccolo, Ufficio Stampa Essity, 335 8470267, anna.delpiccolo@omnicomprgroup.com
Alessandra Quintavalla, Ufficio Stampa Essity, alessandra.quintavalla@omnicomprgroup.com

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 47.000 dipendenti e nel 2018 ha realizzato un fatturato netto pari a 11,6 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

