

DOMANI SULLA MAGLIA DEI GRANATA LA SCRITTA: «D'AMORE NON SI MUORE»

Violenza sulle donne: il Toro dice no

TORINO. «D'amore non si muore»: è questa la frase che domani pomeriggio sarà presente sul retro delle maglie indossate dal Torino nella partita contro il Monza. Il 25 novembre ricorre la giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, e la Lega Serie A per l'occasione ha rinnovato il proprio impegno a sostegno della causa con la campagna di sensibilizzazione #unrossoallaviolenza. In tutte e dieci le partite della 13ª giornata di campionato i calciatori e gli arbitri scenderanno in campo con un segno rosso sul viso, sui maxischermi degli stadi verrà trasmesso un video spot della campagna e gli speaker, prima dei calcio d'inizio, leggeranno un messaggio di sensibilizzazione. Gli allenatori e i calciatori

che prima e dopo le gare si recheranno davanti alle telecamere per le interviste avranno sulle giacche gli adesivi della campagna. Il Torino, insieme al back sponsor Acrobatica (che è anche il main sponsor della squadra femminile), con l'obiettivo di aumentare l'attenzione su quella che è una terribile emergenza (sono già 100 le donne uccise in Italia nel 2024) ha voluto inserire lo slogan della campagna anti-violenza sulle proprie divise: per questo nello spazio dedicato al back sponsor è stata aggiunta la frase slogan della campagna. «La violenza contro le donne è una piaga inaccettabile che dobbiamo combattere con determinazione. Il calcio, grazie alla sua capacità di parlare a un pubblico vasto e diver-

sificato, è uno strumento straordinario per diffondere valori di rispetto, uguaglianza e solidarietà», ha spiegato Urbano Cairo. «D'amore non si muore: l'amore è vita, rispetto, condivisione e sostegno. Purtroppo sono ancora tante, troppe, le donne vittime della brutale violenza di chi confonde l'amore con il possesso e in nome di questo è pronto a uccidere. Diffondere la cultura del rispetto per ogni donna è fondamentale: arrivare in luoghi come i campi da calcio e vedere calciatori professionisti spendersi in prima persona in una campagna di sensibilizzazione come questa è un passo in avanti epocale», ha aggiunto Anna Marras, Chief Executive Officer di Acrobatica commentando l'iniziativa.

AN. PI.



La maglia speciale di Linetty

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



160267