

VareseNews

“Ti ho rotto il vetro, rifletti”

Pubblicato: Martedì 24 Novembre 2015



Che reazione avreste davanti al vetro rotto della vostra auto? È la provocazione da cui parte la campagna di sensibilizzazione lanciata da Cavalca (storica catena di abbigliamento varesina) in occasione del 25 novembre, giornata mondiale contro la violenza sulle donne.

Invece di una generica attività, quale la distribuzione ai clienti di braccialetti o volantini, la responsabile dell'azienda, Veronica Cavalca, ha voluto provocare il mondo degli uomini andando a toccare uno dei suoi simboli tradizionali: le automobili.

Così i vetri ed i lunotti di numerose auto, appena parcheggiate da uomini di diverse età in centri commerciali e piazze, sono state “sfregiate” con adesivi che riproducevano la rottura del vetro posteriore o laterale. L'attrice, Elisa Renaldin ha poi avvicinato i proprietari, ammettendo di aver “combinato un guaio”, “un graffio sul vetro”, “una piccola cosa”.

Le reazioni, più o meno accese, di questi uomini sono state riprese da una troupe televisiva con telecamere nascoste. Ma proprio quando il nervosismo stava superando il livello di guardia, l'attrice proponeva **un volantino sul 25 novembre**, chiedendo se avrebbero avuto una reazione così marcata anche se avessero notato segni di violenza su una donna.

Tutti gli uomini coinvolti hanno sorriso e compreso quanto importante e quotidiano sia questo delicato tema. Ed il video con queste provocazioni è stato **proposto sui social network dell'azienda**, oltre che

su quelli di numerose testate italiane e svizzere: invita uomini e donne a passare nelle sedi di Cavalca per farsi riprendere davanti agli specchi rotti con la scritta **“Se fa impressione su un vetro, immagina su una donna”**, per testimoniare personalmente la propria adesione ai principi della giornata mondiale contro la violenza sulle donne.

Anche le foto dello specchio saranno condivise e diffuse attraverso i social network ed i media che vorranno dare sostegno all’iniziativa, ideata dai creativi **Pasquale Diaferia e Michelangelo Collitorti**, con la collaborazione di MAS factory, azienda di Marketing e Comunicazione. Anche nelle settimane successive le auto di personaggi pubblici verranno “sfregiate” con gli adesivi, ed “esibite” con orgoglio dalle celebrità che decideranno di aderire all’iniziativa. In modo che il 25 novembre non sia solo una giornata, ma una provocazione culturale continua, che i migliori uomini e donne vorranno condividere ogni giorno, con l’intenzione di modificare una cultura sbagliata e fuori dal tempo.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it