

Italia: Torna, m'ama mi mangia, la grande campagna affissioni dell'Oipa nelle metropolitane di Milano, Roma, Torino e Napoli per sensibilizzare sulla strage di agnelli per pasqua.

Tavoli informativi nelle principali città italiane negli ultimi due weekend di marzo. Dopo il grande successo dello scorso anno, l'OIPA rilancia e amplia la più ampia e intensiva campagna affissioni degli ultimi anni a sostegno dei diritti animali e dell'alimentazione veg. Quest'anno infatti le affissioni che invitano a chiedersi perché i cuccioli di cane e gatto vengono amati, mentre l'agnello viene macellato a poche settimane di vita, non invaderanno solo le fermate delle metropolitane di Roma e Milano, ma raggiungeranno anche Torino e Napoli. A partire da domani e per le due settimane successive saranno 250 gli spazi pubblicitari che mostreranno i due soggetti della campagna a Roma e Milano, 55 a Torino e, a partire dal 25 marzo, 47 a Napoli.

I manifesti si declinano in due soggetti che ritraggono un agnello contrapposto a un cucciolo di cane e a un cucciolo di gatto. Mentre accanto ai due cuccioli d'affezione compare la scritta "M'ama", l'agnello è accostato alla scritta "Mi mangia". Obiettivo della campagna è infatti indurre a una riflessione sulle motivazioni che spingono ad amare e considerare compagni di vita alcuni animali, e a considerare solo cibo altri. Il claim "M'ama, Mi mangia" vuole richiamare un gesto fatto velocemente, senza riflettere, esattamente come il gioco che si fa sfogliando una margherita per "decidere" se l'amore è ricambiato. Ma quel gesto, quella carezza al proprio animale domestico o quella forchettata data al cibo nel piatto, non è un gioco, perché può determinare la vita o la morte di milioni di esseri viventi che non hanno altra colpa se non quella di essere posti sul gradino più basso della catena alimentare umana. Nati, allevati e uccisi in nome di una tavola imbandita.

Ogni anno in Italia sono circa 4 milioni gli agnelli uccisi, cuccioli di circa due mesi di vita, separati forzatamente dalle loro madri, maltrattati, marchiati e trasportati verso una fine crudele e violenta. Circa 800.000 muoiono esclusivamente nel periodo di Pasqua.

Ma perché il cane corre nei prati con il suo compagno umano, il gatto sonnecchia sul divano e risponde alle carezze con le fusa, mentre l'agnello piange perché è stato strappato dalla mamma e si trova appeso a testa in giù e sgozzato?

"Lo scorso anno abbiamo avuto grande riscontro da questa particolare forma di sensibilizzazione e abbiamo scelto di riproporla perché crediamo fermamente rappresenti un investimento per il futuro: modificare la coscienza collettiva può realmente salvare la vita di milioni di animali – spiega Massimo Comparotto, Presidente OIPA Italia Onlus - Il messaggio è forte e di impatto, ma non sciocca, piuttosto invita a porsi una domanda e a riflettere sulla risposta. Alla presa di coscienza deve seguire il coraggio di cambiare le abitudini di una vita intera. Abitudini che non valgono certo milioni di vite. Il cambiamento inizia da ognuno di noi. Non nutrirsi di altri animali non è "una moda", una "forma di protesta" e non dovrebbe rendere chi lo fa "quello diverso". Rispettare la vita è, e deve essere, la normalità".

Il messaggio della campagna verrà supportato anche dal coinvolgimento degli utenti dei social network, invitati a fare un selfie davanti alle affissioni a caricarlo online abbinato all'hashtag #mamamimangia e da tavoli informativi che le sezioni locali dell'OIPA allestiranno nelle principali città italiane negli ultimi due week end di marzo (21-22 marzo; 28-29 marzo). Guarda l'elenco:

