

#Sempre25novembre: Sorgenia dona un anno di energia a 23 case rifugio per donne in uscita da situazioni di maltrattamento

Per il secondo anno consecutivo, Sorgenia promuove la campagna di sensibilizzazione contro la violenza di genere, in collaborazione con La Grande Casa scs onlus e il CNCA (Coordinamento nazionale comunità di accoglienza).

La mostra “Ogni mia casa” delle Ri-Belle, naturale completamento dell’iniziativa, è ospitata nella sede della Digital Energy Company e aperta al pubblico durante tutto il fine settimana.

14 febbraio 2020 – Per contrastare il terribile fenomeno della violenza sulle donne, che continua a registrare dati allarmanti, è necessario che ciascuno faccia la propria parte, sempre. Da questa consapevolezza è ripartita la campagna digital *#sempre25novembre*, promossa per il secondo anno da **Sorgenia**, con l’obiettivo di dare energia a 20 case rifugio del CNCA, il Coordinamento nazionale delle comunità di accoglienza che accompagna le donne in uscita da situazioni di violenza verso una ritrovata autonomia.

Per regalare energia era sufficiente andare sulla pagina sempre25novembre.sorgenia.it e cliccare sull’interruttore virtuale. La grande partecipazione ha consentito a Sorgenia di *superare l’obiettivo prefissato e di arrivare a illuminare 23 case distribuite su tutto il territorio italiano*. Il video di promozione dell’iniziativa, con protagoniste Bebe Vio e Gessica Notaro, ha avuto circa **6 milioni** di visualizzazioni e la campagna ha registrato **33,5 milioni di impressioni totali**. *Milano, Roma e Napoli* le città con il *maggior numero di interazioni*. La fascia d’età più coinvolta è quella tra i **35 e i 44 anni** (26% delle interazioni totali), subito seguita dai **25-34enni** (24%). I meno attivi sono stati i più giovani (18-24 anni) che si sono attestati al 7%. Altro dato interessante è l’eco che l’iniziativa ha avuto all’estero, evidentemente trainata dagli italiani residenti oltre confine: Stati Uniti, Regno Unito e Olanda i paesi che hanno mostrato maggiore interesse.

Gianfilippo Mancini, Ad di Sorgenia dice: *“I numeri di questa campagna dimostrano che le italiane e gli italiani sono sensibili al tema della violenza di genere e hanno voglia di essere coinvolti. Un dato sorprendente è che, dopo aver visto il video di Bebe e Gessica, alcune donne in situazioni difficili hanno trovato il coraggio di chiederci aiuto. Le abbiamo messe in contatto con operatrici specializzate, e oggi fanno parte di un percorso di assistenza. Essere riusciti a offrire un contributo concreto attraverso questa iniziativa ci rende ancor più sensibili e responsabili riguardo a questo argomento”*.

Naturale completamento della campagna è stato il **laboratorio artistico** curato da Elisabetta Reicher che ha guidato alcune donne ospiti de La Grande Casa scs onlus a rappresentare il proprio vissuto su cassette in legno. Al centro della mostra le riflessioni su un luogo-simbolo,

centrale nell'esperienza di chi è costretto a lasciare il proprio contesto di vita e le relazioni che lo hanno abitato per rigenerare altrove le proprie radici. La casa, per queste donne, riveste molteplici significati: il nido, l'approdo sicuro, il rifugio, ma anche la gabbia, il luogo dove spesso le difficoltà sono cominciate. Attraverso questi oggetti artistici, le ospiti della Grande Casa scs onlus hanno avuto modo di raccontarsi, ri-bellandosi, e di tornare al bello.

*“I risultati della campagna e lo straordinario esito del laboratorio artistico - dice **Liviana Marelli**, Direttore Generale de La Grande Casa scs onlus e membro dell'esecutivo nazionale CNCA con delega alle politiche minorili, giovanili e per le famiglie – dimostrano che è davvero possibile sostenere concretamente forme di vicinanza, solidarietà e contrasto a ogni forma di violenza, riconoscendo a tutte le donne il diritto a riprendere in mano la propria vita e a riprogettare, sognare un futuro per sé e per i propri figli. Ce l'hanno detto attraverso la passione con cui hanno costruito la “loro casa” e, soprattutto, attraverso la loro capacità di testimoniare che è possibile uscire da situazioni di violenza. Grazie ancora a Sorgenia per l'impegno sempre dimostrato a fianco delle donne e dei loro figli e per il sostegno concreto nel processo di avvio all'autonomia”.*

La **mostra “Ogni mia casa”** può essere visitata nella sede di Sorgenia durante il fine settimana e proseguirà il proprio tour al Binario 7 di Monza, in occasione della Festa della Donna.

La militanza di Sorgenia sui temi sociali è testimoniata dalle sue campagne di comunicazione, mirate a combattere le diseguaglianze e i cambiamenti climatici, e a promuovere una crescita economica duratura e sostenibile. Negli ultimi tre anni la Digital Energy Company ha investito in campagne sociali 8,7 milioni di euro, oltre il 75% del proprio budget di comunicazione. Ogni anno, l'azienda ha mandato in onda circa 8.000 spot con valenza sociale. Sono numeri importanti che testimoniano l'impegno di Sorgenia per migliorare il clima sociale del nostro paese.

Sorgenia nasce nel 1999 con l'avvento del mercato libero dell'energia ed è oggi uno dei maggiori operatori italiani per la produzione e la vendita di elettricità e per l'approvvigionamento e la vendita di gas naturale. L'offerta commerciale si sviluppa online e fa leva sulla scelta consapevole da parte dei clienti e su innovativi servizi digitali che rendono più semplice il rapporto con l'energia.

La Grande Casa è una cooperativa sociale che dal 1989 sostiene e favorisce l'integrazione delle persone più fragili. Si occupa dell'accoglienza residenziale, semi-residenziale e familiare di minorenni in difficoltà, migranti, donne in uscita da situazioni di violenza; dell'accompagnamento di famiglie fragili, di interventi scolastici e domiciliari, nonché di percorsi di prevenzione, aggregazione, integrazione sociale e lavorativa.

www.lagrandecasa.it