



Violenza sulle donne, Coop e Fondazione Cecchettin insieme per educazione affettiva

Descrizione

(Adnkronos) - Insieme per avviare azioni concrete nel segno della prevenzione e del contrasto alla violenza di genere. È su questa affermazione che si basa il Protocollo d'Intesa siglato fra Coop e la Fondazione Giulia Cecchettin e che viene ufficializzato a Roma nei primi giorni di settembre 2025. In programma una serie di attività per affermare la cultura del rispetto, promuovere l'educazione agli affetti, affrontare e superare le criticità nelle relazioni di genere e valorizzare relazioni paritarie. Una collaborazione fra due realtà diverse, ma che hanno una identica finalità. Per Coop l'accordo entra a pieno titolo nella campagna sull'educazione alle relazioni - Dire, fare, amare - lanciata lo scorso marzo con una indagine svolta in collaborazione con Nomisma sul percepito dagli italiani sul tema e sulla necessità dell'obbligatorietà di questa educazione nella scuola su cui il 70% del campione intervistato si è espresso favorevolmente. Per la Fondazione Giulia Cecchettin un'occasione per allargare lo spettro delle sue collaborazioni già in essere avvicinandosi al mondo dell'impresa seppur particolare come un'impresa cooperativa. Su tutto spicca la parola prevenzione, ovvero agire preventivamente costruendo progetti formativi, alimentando consapevolezza e sensibilità a ampio raggio. Ad essere coinvolti nell'operazione in prima istanza i dipendenti di Coop e a seguire i soci e i semplici consumatori nei propri punti vendita. I numeri sono significativi; Coop è una rete di 72 imprese cooperative indipendenti che complessivamente impiegano quasi 58.000 dipendenti e associano 6,2 milioni di soci consumatori. Gli oltre 2200 punti vendita di Coop sul territorio nazionale sono frequentati in media da 9 milioni di persone ogni settimana. Il progetto pilota di formazione, in avvio il 30 settembre ha come piazza Padova, la città dove Giulia studiava, e la provincia e coinvolge circa 150 dipendenti che lavorano in 5 negozi dell'area padovana; la prima a impegnarsi è Coop Alleanza 3.0 che insieme a Coop Reno copre con la propria rete quel territorio. Si parte da una indagine preliminare che ha lo scopo di chiamare i partecipanti ad una riflessione individuale sondando le loro conoscenze e percezioni sulla violenza di genere. Seguiranno cinque moduli formativi in cui i formatori di Fondazione Giulia Cecchettin stimoleranno i partecipanti e dialogheranno con loro per diffondere una prima consapevolezza sul tema della violenza di genere, promuovere una cultura inclusiva, monitorare e segnalare eventuali criticità e imparare a riconoscere comportamenti inappropriati fino alle vere e proprie molestie. Un percorso rivolto alla persona più che al dipendente che si articola in vari step di avanzamento progressivo. Una sorta di test che servirà a costruire un modello replicabile e adattabile ad altre realtà cooperative fino a

diventare un modello nazionale a disposizione di tutte le altre Cooperative ma, grazie a Fondazione Giulia Cecchettin, anche a disposizione di altre realtà nei territori. Infatti, da qui prende vita anche la costruzione di un "Manifesto contro la violenza di genere" frutto di un gruppo di lavoro partecipato del quale fa parte anche Coop e che sarà poi condiviso con qualsiasi altro ente, organismo, impresa voglia impegnarsi a tal proposito. Ma il Protocollo contempla anche iniziative di sensibilizzazione rivolte a soci e consumatori e il mese di novembre 2025 sarà dedicato a una campagna di comunicazione ad hoc per sostenere i progetti e le attività della Fondazione con la diffusione nelle cooperative di quasi 90.000 borse di tela che riportano un disegno di Giulia concesso dalla Fondazione e di cui parte del ricavato andrà a loro favore per sostenere ulteriori nuove attività. La presentazione del Protocollo è stata anche l'occasione colta da Coop per annunciare il sostegno alla raccolta di firme necessarie a presentare la Proposta di Legge di Iniziativa Popolare per l'istituzione del servizio pubblico nazionale di psicologia (entro il 10 dicembre, obiettivo minimo 50.000 adesioni). La campagna di sostegno "Diritto a stare bene" arriverà nei punti vendita Coop a ottobre e vedrà i soci Coop a fianco dei volontari del Comitato Promotore per raccogliere firme partendo dal presupposto che l'assistenza psicologica è un diritto. In particolare, la collaborazione nasce perché la proposta di legge contempla la necessità dell'educazione alle relazioni nelle scuole obbligatoria e permanente garantita appunto dalla presenza dello psicologo. Una presenza che peraltro risulta particolarmente gradita da un genitore su due interpellato nella survey dello scorso febbraio: "La scuola degli affetti" che immagina il percorso dell'educazione alle relazioni già dalla scuola elementare e affidato appunto a figure professionali le cui capacità e conoscenze sono riconosciute. E se volessimo avere la cartina tornasole tra coloro, seppur una minoranza, che non vogliono l'educazione alle relazioni come materia scolastica obbligatoria il motivo principale evidenziato nella stessa survey per il 49% è proprio il timore che possa essere trattata con superficialità. Tra i banchi, insomma, molte competenze richieste. Una fotografia della realtà che appare lontana dalle ultime disposizioni in materia promosse dal Ministro dell'Istruzione e del Merito Giuseppe Valditara che non apre sul principio dell'obbligatorietà di questa materia (l'Italia è uno dei pochi Paesi europei a non averla) e introduce il vincolo dell'approvazione delle famiglie per quelle iniziative di formazione su questa materia peraltro a carattere puramente extracurricolare e dunque lasciate alla libera offerta dei singoli istituti scolastici. "Siamo orgogliosi di presentare oggi l'accordo siglato con Fondazione Cecchettin che consideriamo un alleato importante nella nostra campagna 'Dire, fare, amare', parte del progetto 'Close the Gap' volto all'inclusione di genere", afferma Maura Latini, presidente Coop Italia: "Ci siamo adoperati per costruire assieme un percorso concreto di attività che coinvolga vari interlocutori in un'operazione complessa ma necessaria di sensibilizzazione che includa il mondo del lavoro e dunque la platea dei nostri dipendenti ma aprendoci anche grazie alla rete dei nostri punti vendita alla società civile. Diffondere una cultura contro la violenza di genere e agire in forma preventiva è fondamentale. Il dato agghiacciante del 2024 segnala 97 donne uccise da partner e familiari, una ogni 3,7 giorni. Non deve stupire nessuno che Coop si impegni in tal senso a fianco della Fondazione e che assieme al Comitato Promotore sostenga la Proposta di Legge di Iniziativa Popolare 'Diritto a stare bene' perché Coop è da sempre un soggetto collettivo in grado di coniugare logiche economiche e responsabilità sociale, in questo caso insieme a enti e soggetti collettivi che operano nei territori". "La collaborazione con Coop per noi rappresenta un passo importante", afferma Gino Cecchettin, presidente di Fondazione Giulia Cecchettin. "Significa portare la voce e l'impegno della Fondazione nei luoghi di vita quotidiana, frequentati da migliaia di persone. Prevenzione e sensibilizzazione non possono restare parole astratte: devono tradursi in esperienze concrete e in gesti simbolici che lascino un segno. Con questo spirito avviamo la formazione per i dipendenti e condividiamo con soci e consumatori la campagna delle borse di tela con il disegno di Giulia. Solo attraverso alleanze ampie e trasversali possiamo costruire una società più consapevole, capace di riconoscere i segnali della

violenza e di promuovere relazioni basate sul rispetto reciproco". â??cronacawebinfo@adnkronos.com
(Web Info)

Categoria

1. H24News

Tag

1. adnkronos
2. Ultimora

Data di creazione

Settembre 2, 2025

Autore

andreaperocchi_pdnrf3x8

default watermark