

Successo di Orange The World a Catanzaro: positivo il bilancio degli organizzatori



Sinergia ed entusiasmo: sono le peculiarità che hanno contraddistinto il **successo di Orange The World a Catanzaro**, la campagna promossa a livello internazionale dal Women's Leadership Institute dal 1991 con l'obiettivo di sensibilizzare le coscienze sul tema della violenza contro le donne, nella consapevolezza che insieme si possa fare molto.

Nel capoluogo calabrese, capofila dell'iniziativa è stato il **Soroptimist Catanzaro**. Grande soddisfazione è stata espressa da parte della presidente, Adele Manno: "La vera forza è stata lo spirito di squadra. Abbiamo avuto una grandissima partecipazione da parte delle istituzioni, del settore privato e della società civile. Tantissime le realtà associative che hanno sposato il progetto e il motto #orangetheworlddecidoio. Dobbiamo ringraziare il Lions Catanzaro Host, Lions Catanzaro Mediterraneo, Lions Catanzaro Temesa, Lions Rupe Ventosa, Lions Catanzaro Mediterraneo, Rotary Club Catanzaro, Rotary Catanzaro Tre Colli e l'Ammi Catanzaro e l'associazione Commercianti Catanzaro 3 V che sono stati partner fondamentali e preziosi, grazie al loro contributo."

"Abbiamo avuto – ha aggiunto Manno – un'ampia diffusione grazie a tutti coloro che ci hanno affiancato: la **Camera di Commercio**, la **Banca d'Italia**, la **Commissione Pari Opportunità del Comune e della Provincia**, le **associazioni di categoria** –

Confcommercio, Giovani Imprenditori di Confcommercio, Confesercenti, Cicas, Giovani Dottori Commercialisti – Cisal e la Fidapa di Catanzaro. E poi il patrocinio del Comune, partito dall'assessore alle Pari Opportunità, Concetta Carrozza, e subito dopo sposato anche dall'assessore alle Attività Economiche, Alessio Sculco, e dall'assessore alle Politiche Politiche, Lea Concolino.”

Sedici intensi giorni di attivismo, dal 25 novembre al 10 dicembre, durante i quali sono stati illuminati di arancione il monumento del Cavatore, la fontana del Teatro Politeama, gli edifici della Camera di Commercio e della Banca d'Italia.

Novanta le attività commerciali che hanno aderito, esponendo la locandina della campagna e apponendo il bollino #orangetheworlddecidoio sugli articoli venduti. In particolare, le attività di ristorazione coinvolte (ristoranti, pizzerie e bar) hanno proposto uno stuzzicante “menù arancione”. Grazie a queste attività e alle donazioni da parte delle associazioni è stato raggiunto un importantissimo risultato: l'importo raccolto è stato devoluto per garantire ad una giovane donna vittima di violenza, segnalata dalla Fondazione Città Solidale, di poter seguire da gennaio 2020 un corso di formazione professionale come operatore socio sanitario.

Orange The World si conclude con la consapevolezza che le azioni e le mobilitazioni sono più significative delle mere parole e che l'unione può fare veramente la differenza e abbattere qualsiasi barriera