

Lidl e la violenza contro le donne nella nuova puntata del podcast **Just 50**

Cookie, dispositivi o analoghi identificatori online (ad es. identificatori basati sull'accesso, identificatori assegnati casualmente, identificatori basati sulla rete) insieme ad altre informazioni (ad es. tipo di browser e informazioni sul browser, lingua, dimensioni dello schermo, tecnologie supportate, ecc.) possono essere memorizzati sul o letti dal dispositivo dell'utente per riconoscerlo ogniqualvolta l'utente si connette a un'app o a un sito web, per una o più finalità qui presentate. Visualizza dettagli Rinascere. È questo il verbo scelto da Justine Mattera, autrice e conduttrice della serie podcast **Just 50**, per la puntata speciale che ospita negli studi di **Podcastory** Alessia Bonifazi, Responsabile Comunicazione & CSR di Lidl Italia, in occasione della Giornata mondiale per l'eliminazione della violenza sulle donne. Ogni puntata della serie, infatti, Justine Mattera attribuisce all'ospite un verbo che lo possa identificare: Comunicare per Deborah Bergamini, Abbellire per Paola Marella, Coltivare per Hellen Hidding, Evolvere per Filippa Lagerback e, infine, Rinascere per Alessia Bonifazi. Rinascere, letteralmente nascere di nuovo. Tornare a vivere dopo un evento traumatico, dopo una violenza psicologica o fisica, che ci ha in qualche modo uccise dentro. Con queste parole, Justine Mattera introduce il tema della violenza sulle donne e lo fa con Alessia per una chiara ragione. Dallo scorso anno, Lidl Italia è scesa in campo per la lotta contro la violenza sulle donne con il progetto Dire Donna, frutto della partnership con l'Associazione D.i.Re - Donne in rete contro la violenza, ente che gestisce centri antiviolenza e case rifugio sul territorio e che assiste oltre ventimila donne ogni anno. Leggi anche: GIORNATA INTERNAZIONALE CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE: I MEDIA E I BRAND SCENDONO IN CAMPO Alessia Bonifazi racconta di come Lidl Italia abbia deciso di attivare un progetto rivolto alle donne vittime di violenza puntando sulla emancipazione lavorativa. Il progetto, strutturato in tre fasi, si propone di sensibilizzare oltre ventunomila collaboratori e collaboratrici dell'azienda, di rendere disponibile un percorso di formazione professionalizzante dedicato alle donne vittime di violenza e di dare ad alcune di loro l'opportunità di trovare occupazione in Lidl Italia. Una puntata speciale di **Just 50**, una chiacchierata davanti a un caffè tra due donne per ribadire ancora una volta che fare rete è il modo più efficace per realizzare progetti concreti. In linea con il nostro impegno per la parità di genere, abbiamo deciso di scendere in campo e di dare il nostro contributo concreto alla lotta contro la violenza sulle donne, attraverso il progetto Dire Donna, ha dichiarato Alessia Bonifazi, Responsabile Comunicazione & CSR di Lidl Italia. Un'iniziativa di inclusione sociale dedicata alle donne vittime di violenza domestica in collaborazione con l'associazione D.i.RE, finalizzato all'inclusione lavorativa. Un fattore che accomuna la maggior parte delle donne assistite dai centri antiviolenza è, infatti, la difficoltà ad inserirsi nuovamente nel mercato del lavoro e la conseguente scarsa indipendenza economica. Ed è proprio qui che abbiamo voluto fare la differenza, offrendo loro un percorso che comprende anche l'opportunità di un'occupazione, che può rappresentare una via d'uscita definitiva da situazioni di violenza e una nuova prospettiva di vita e di speranza. "Uno dei primi segnali di allarme che può sfociare in forme di violenza all'interno dell'ambiente familiare è rappresentato dal tentativo di impedire a una donna di lavorare e, di conseguenza, di privarla dell'indipendenza economica ha commentato Gaia Cortese, Responsabile Comunicazione di **Podcastory**. Per superare situazioni di estrema difficoltà e permettere alle donne vittime di violenza di ricostruire la propria vita, è fondamentale offrire loro sostegno, inclusa la possibilità di riacquisire autonomia e libertà attraverso il reinserimento nel mondo del lavoro. Il progetto promosso da Lidl Italia si configura come un'iniziativa virtuosa e concreta nel contrastare un problema sociale che continua a colpire in modo significativo le donne anche ai giorni nostri. La serie podcast **"Just 50"** si può ascoltare a questo link, l'antprima della puntata speciale è disponibile invece a questo indirizzo. Uso di dati limitati per la selezione della pubblicità Creare profili per pubblicità personalizzata Uso dei profili per la selezione di pubblicità personalizzata Creare profili di contenuto personalizzato

