

La Commissione nazionale di parità ha un ruolo trasversale a tutto ciò che intersechi, in seno ad AiCS, sport e cultura (per tale intendendosi anche la cultura della legalità, del rispetto di valori, norme e principi), in materia di integrazione e inclusione sociale/pari opportunità uomo-donna (e non solo).

La Commissione pari opportunità, per il ruolo che riveste, dovrebbe dunque costituire 'cassa di risonanza' e fare squadra con tutto ciò che possa interessare ed essere ricondotto al suo ambito, che, ripeto, non è solo 'suo' ma è trasversale, dunque di tutti.

Come ho avuto modo di discutere anche con Monica Zibellini, ad esempio, la Commissione parità potrebbe essere coinvolta in iniziative, come quella appena trascorsa del campionato Mamanet, che mettono donna e sport al centro. Sicuramente a livello comunicativo, ma anche sostanziale, l'obiettivo è quello di dare forza e uniformità a questo tipo attività, tanto all'interno quanto all'esterno dell'associazione.

Come già sperimentato di recente con Antonio Turco, Veronica Avantageggiato, Valeria Gherardini e Daniele Lamuraglia, le future attività della Commissione si intrecciano inevitabilmente con quelle promosse dai responsabili del Terzo Settore, delle Politiche Giovanili, delle Politiche Internazionali, di Sport e Cultura, ma anche del Dipartimento LGBTQI, ad esempio. Per questo chiedo ai responsabili un coinvolgimento strutturato: ovviamente sarà mia cura fare altrimenti per ogni attività che origini dalla Commissione 'suo vigore'.

Più nel dettaglio la Commissione nazionale parità intende ripetere, nel 2023:

- un evento / video per l'8 marzo (giornata internazionale della donna);
- la seconda edizione della giornata/flash mob/torneo misto di padel 'Parete di Genere' (weekend intorno al 25 novembre - giornata internazionale per il contrasto della violenza sulla donna) appena conclusa e per cui ho in programma una riunione di verifica, volta a individuare punti di forza e lacune da colmare per il futuro. Nella specie, come si diceva con l'ufficio sport, sarebbe sin da ora opportuno individuare possibilità di sponsor nazionali (es. Acqua Rocchetta) affinché il messaggio giunga più intenso e capillare e consenta altresì di usufruire dei prodotti che lo sponsor intenda mettere a disposizione (es. Bottiglie d'Acqua, palline)