

## Sorgenia: una campagna social per votare le #DonneRock di Vasco e sostenere La Grande Casa scs Onlus

Milano, 29 maggio 2019 – Si è conclusa ieri la campagna social #DonneRock promossa da Sorgenia, in occasione del Vasco Non Stop Live Tour 2019 di cui la digital energy company è sponsor anche quest'anno.

Nella sua discografia il rocker emiliano ha da sempre cantato le donne attraverso numerose e sfaccettate figure femminili, con caratteristiche e personalità ben definite. Da qui l'idea di Sorgenia, che ha ideato e realizzato il progetto in collaborazione con Gnoti Lab, di identificare **otto tipi di donne**, ispirate ai brani del cantante, e di lanciare un **sondaggio sui social** chiedendo con quale di loro si sentissero più in sintonia. Ogni figura femminile è stata rappresentata in una social card con una frase indicante la sua caratteristica prevalente e poi "adottata" da una **testimonial** reale che l'ha promossa presso i suoi "fan".

L'obiettivo finale di **100 mila voti** nei diversi canali di condivisione (Facebook e Instagram) è stato ampiamente superato: in poco più di dieci giorni la campagna ha registrato **oltre 120 mila interazioni**, più di **3,6 milioni di impression** e il **90% di engagement** su Instagram dove le card rappresentative delle #DonneRock di Vasco sono risultate particolarmente adatte ed efficaci. Forte del sostegno della sua community, Sorgenia potrà sostenere **La Grande Casa scs**, cooperativa che accoglie donne in uscita da situazioni di violenza e maltrattamento, nell'avviare il **laboratorio artistico "Case"**. Un percorso intimo, 25 donne in viaggio per riflettere su un simbolo che è centrale nell'esperienza di donne spesso costrette a lasciare la propria casa e le relazioni che la abitano per affondare altrove le proprie radici. Guidate nuovamente dall'artista di Ri-Belle, Elisabetta Reicher, le donne lavoreranno con l'utilizzo di una tecnica mista sulle pareti di una casa tridimensionale in legno, rappresentativa di una "tela bianca" su cui poter esprimere i propri sentimenti sulla casa e le emozioni ad essa collegate.

Il **sondaggio #DonneRock**, online dal 14 maggio, è stato lanciato con la domanda "Qual è la personalità femminile, descritta da Vasco, nella quale più vi identificate?". A contendersi il primato di voti nella fase finale dell'iniziativa sono state **l'ultima delle romantiche** (Incredibile romantica) condivisa con i suoi fan da **Freda** e **una ragazza colorata e vivace** (Susanna) promossa da **Bebe Vio** che si è aggiudicata il primo posto.

Oltre a loro, la competizione ha visto protagoniste la dolce e riservata Silvia sostenuta da **Enrie Scielzo**; la ragazza determinata e indipendente (Brava Giulia) scelta da **Francesca Dallapè**; la ragazzina timida e sincera (Albachiara) appoggiata da **Parole Ostili**; la donna coraggiosa (Sally) abbinata a **La Grande Casa scs**; la ragazza dolce (Gabry) associata a **Sofia Viscardi**; l'intrepida regina della discoteca che non presta attenzione ai giudizi degli altri (La strega), supportata da **Licia Fertz**.

La scelta delle testimonial partner del progetto è stata guidata dalla volontà di includere un ventaglio di figure molto eterogenee e che condividono con l'azienda i valori di sostenibilità e inclusione. Dalle giovani e determinate Bebe Vio e Sofia Viscardi alla super nonna Licia Fertz; dalla sportiva Francesca Dallapè che aveva già collaborato con Sorgenia per la precedente campagna social #sempre25novembre, fino alla coraggiosa Enrie Scielzo che celebra il suo essere donna come una conquista dopo tante lotte. Inoltre, sono state coinvolte due realtà legate a Sorgenia attive contro la violenza di genere (La Grande Casa scs) e contro la violenza linguistica (Parole Ostili), e Freda, la testata giornalistica che si impegna a favore delle donne nell'affermare a gran voce "amatevi, così come siete".

*“Questo progetto nasce dalla volontà di proseguire la nostra collaborazione con La Grande Casa scs Onlus e si concretizza in occasione della sponsorizzazione del tour di Vasco Rossi. L’idea è nata nel momento in cui abbiamo realizzato che è uno dei cantautori ad aver maggiormente celebrato e rappresentato le donne in tutte le loro sfumature. Così abbiamo chiesto a chi ci segue sui social di votare la figura femminile tra quelle cantate da Vasco in cui si identifica maggiormente. Abbiamo anche trovato delle testimonial entusiaste del nostro progetto e del suo obiettivo: aiutare donne in difficoltà. Siamo molto soddisfatti per l’esito di questa campagna che ancora una volta dimostra che parlare di temi delicati attraverso canali diretti e digitali permette di arrivare rapidamente al cuore delle persone e di generare una grande partecipazione”*, ha detto **Simone Lo Nostro**, direttore Mercato & Ict Sorgenia.