

SCHEDA RELAZIONE DEL PROGETTO

Premio Innovazione nei Servizi Sociali. Città di Rimini. Settima Edizione.



DATI IDENTIFICATIVI PER L'ISCRIZIONE	
<i>Titolo del progetto</i>	Diamoci una mossa: nuovi stili di vita attivi per bambini e famiglie
<i>Ente proponente</i>	Uisp – Unione Italiana Sport Per tutti
<i>Settore/Ufficio proponente</i>	Ufficio progetti nazionale
<i>Indirizzo (Via, Cap, Città, Provincia)</i>	Largo Nino Franchellucci, 73 – 00155 Roma

RELAZIONE DI PROGETTO

TITOLO: Diamoci una mossa: nuovi stili di vita attivi per bambini e famiglie

TEMPI. Settembre 2008 – Maggio 2009

INTRODUZIONE:

Destinatari: 12.600 bambine e bambini delle scuole primarie, i loro genitori e i gli insegnanti di 39 città (Agrigento; Alessandria; Avellino; Belluno; Borgorose, Castrovillari; Cecina; Civitavecchia; Crotona; Eboli; Ferrara; Firenze; Frosinone; Genova; Giarre; Gorizia; Imola; Imperia; Latina; Lamezia Terme; Lecce; Monterotondo; Parma; Pavia; Piacenza; Pisa; Pistoia; Pontedera; Reggio Emilia; Rieti; Rieti; Rimini; Roma; Salerno; Sarzana; Settimo Torinese; Trieste; Varese; Venezia)

Contesto: Negli ultimi anni l'obesità infantile è diventata una vera emergenza sociale che vede l'Italia ai primi posti in Europa; per questo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, la Commissione Europea ed il Ministero della Salute hanno identificato tra le priorità la realizzazione di programmi di prevenzione di questo problema. L'Uisp, volendo dare il suo contributo su questo fronte, ha lanciato nel 2006 la campagna di comunicazione "Diamoci una mossa: nuovi stili di vita attivi per bambini e famiglie"; il progetto è basato sull'idea che la promozione del movimento e la creazione di spazi quotidiani di attività fisica non possono essere separati da uno stile alimentare basato sull'adesione a semplici principi di

nutrizione sana. Partendo dall'assunto che questi stili di vita attivi non sono un DOVERE, ma un DIRITTO di cittadinanza, il progetto non è una semplice campagna di comunicazione sociale, ma una vera azione sociale, che aiuta bambini e adulti a considerare il cibo e il movimento come piaceri da sperimentare ogni giorno.

Breve descrizione del servizio se esistente: la nostra campagna non è un servizio, ma un'azione sociale.

Motivazioni: L' UISP considera la pratica fisica un diritto di cittadinanza da realizzare a partire dall'infanzia e ha maturato esperienze diffuse e qualificate in questi ambiti.

“Sportpertutti” è un obiettivo sociale, è ricerca incessante di nuove forme, regole, modalità di attività motoria, effettivamente praticabili da tutti, a tutte le età. Nello “sportpertutti” non ci sono modelli da copiare ma suggestioni, idee e proposte compatibili con i bisogni espressi in grado di svolgere davvero una funzione sociale, educativa, preventiva, capace di coniugare gioco, attività e relazioni e accompagnare il bambino nel corso della sua crescita perché sia in grado di costruirsi progressivamente il proprio stile di vita. Questi obiettivi possono essere raggiunti solo intervenendo sugli ambienti degli individui, quello naturale, quello sociale, quello scolastico.

Analisi preliminari: In tutta Europa, e in quasi tutti i Paesi occidentali, l'obesità infantile ha assunto i connotati di una vera emergenza sociale, una “epidemia silenziosa”. L'Italia è ai primi posti in Europa con il 34% di bambini in soprappeso nella fascia 6-9 anni (elaborazione Eurispes 2003 su dati dell'International Obesity Task Force). I fattori di rischio sono molteplici e interagiscono fra di loro: **la sedentarietà** (i bambini in soprappeso non fanno movimento, vanno a scuola in macchina, prendono sempre l'ascensore, passano il tempo libero davanti a TV o computer); **l'alimentazione** (mangiano non solo troppo, ma spesso, cibi ipercalorici); **la familiarità** (hanno almeno un genitore obeso, e prevalentemente appartengono a ceti sociali bassi e disagiati). 8 bambini in soprappeso su 10 rischiano di diventare adulti obesi, con alti rischi per la salute; dunque, un fenomeno che rischia di provocare costi sociali molto alti. E' evidente l'urgenza di campagne di prevenzione, anche nel campo delle politiche della vita, che prima di tutto si devono

indirizzare a contrastare il problema della sedentarietà (e quindi degli stili di vita non solo dei bambini, ma anche dei genitori) e della cattiva alimentazione. In questo senso un'associazione dello sport per tutti come l'Uisp può giocare un ruolo sociale propositivo, partendo dal suo patrimonio di esperienze diffuse, da una parte, sul terreno degli stili di vita attivi e, dall'altra, nell'area delle politiche educative e degli interventi nella scuola e nell'extra-scuola, in particolare nei confronti di bambini di 6-10 anni. Per costruire una campagna che abbia efficacia, soprattutto per quanto riguarda gli stili di vita attivi, bisogna partire da alcune considerazioni: i piani sanitari affrontano il problema della sedentarietà e obesità infantile soprattutto dal punto di vista dei pericoli per la salute, ma probabilmente questo approccio non è sufficiente ad arginare e ridurre il fenomeno; l'offerta di sport strutturati non è un fattore di prevenzione sufficiente, e dà origine a fenomeni di abbandono molto diffusi dopo gli 11 anni. E' necessario un approccio che tenga conto degli aspetti di socialità, che promuova attività ludiche incentrate intorno al divertimento e al coinvolgimento di tutti gli attori interessati, favorendo la percezione di ciascuno, in particolare del bambino, di essere soggetto attivo e responsabile delle proprie scelte. Un altro aspetto su cui focalizzare l'attenzione, e che rafforza le motivazioni di una campagna così impostata, è rappresentato da un fenomeno che colloca l'Italia agli ultimi posti dei paesi europei: la scarsità del tempo che i bambini dedicano a giocare all'aria aperta, anche se collocano il desiderio di un parco, di una "bicicletta", di un giardino, della libertà di correre, ai primi posti nei loro sogni.

Obiettivi: 1. Realizzare azioni informative e di sensibilizzazione sugli stili di vita attivi nelle scuole primarie per favorire il benessere, la salute, contrastare la sedentarietà e quindi l'obesità infantile; 2. Affiancare a questi temi la promozione di una corretta alimentazione 3. Motivare le famiglie alla creazione di spazi di movimento quotidiani e alla adozione di uno stile alimentare equilibrato, perché uno stile di vita sano è un diritto di tutti.

COSTRUZIONE E DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Metodologia e procedure: il progetto parte dall'analisi di dati riportati sull'obesità infantile e sulle sue cause: sedentarietà e alimentazione non corretta. L'UISP si propone di lavorare

sulla promozione di stili di vita più attivi e sulla base di proposte di gioco e di pratiche all'aria aperta, che vedano protagonisti prima di tutto i bambini, ma anche le famiglie e gli attori sociali interessati: scuole, enti locali, media. A livello nazionale il progetto prevede la realizzazione di una campagna di informazione e sensibilizzazione indirizzata a bambine e bambini delle scuole elementari e ai loro genitori, per la promozione dell'attività motoria (riscoperta del gioco all'aria aperta, del movimento con il gruppo familiare/amicale) e di una corretta alimentazione. La campagna è impostata in modo coinvolgente e motivante, lavorando su proposte aperte e non strutturate, considerate poco efficaci in sede di approccio al problema. Abbiamo iniziato, già dal 2005- 2006, un percorso per stimolare l'adozione di uno stile di vita sano seguendo la formula: stile di vita attivo + alimentazione corretta = stile di vita sano.

La campagna è stata veicolata nelle scuole primarie, con l'inserimento nei POF ed il coinvolgimento degli insegnanti, attraverso la produzione di un diario mirato ai bambini e costruito in modo da renderli soggetti attivi e responsabili di un diverso stile di vita, per loro ma anche per i loro familiari.. Al diario per i bambini sono affiancate delle brochure per genitori e insegnanti, sempre sugli stessi temi. Ad un altro livello, il progetto prevede l'organizzazione di iniziative territoriali: appuntamenti, manifestazioni, proposte socializzanti per favorire nuovi stili di vita. L'obiettivo è promuovere ulteriormente la partecipazione dei soggetti coinvolti e dare visibilità al progetto e ai suoi obiettivi. Al termine della sperimentazione sarà organizzato l'evento nazionale, un week-end intergenerazionale, dedicato a bambini e genitori che testimonieranno la loro partecipazione al progetto, che si svolgerà in tutte le città.

Soggetti coinvolti: Bambine e bambini delle scuole primarie, i loro genitori e i gli insegnanti. / Comitati Uisp Regionali e provinciali / Asl., Comuni, Province e Regioni.

Materiali predisposti: Diario per i bambini con curiosità, storie, giochi, e pagine per descrivere le "imprese" su nuovi stili di vita ; brochure per genitori ed insegnanti con tutte le informazioni; tabloid illustrativo; depliant per la promozione del progetto; posterone per i lavori in classe; sito internet per la pubblicazione dei lavori e lo scambio di esperienze.

Fasi di realizzazione: Fase 1: Organizzazione (Settembre): Start-up di rete: coinvolgimento di bambini, genitori, scuole, enti locali. Mappatura della situazione territoriale/analisi dei bisogni. Costituzione dei gruppi di lavoro: Comitato UISP, bambini, genitori, insegnanti, enti locali. Fase 2: Campagna (Ottobre - Aprile): Avvio delle attività dei gruppi. Realizzazione della campagna informativa e relativi materiali, e loro diffusione nelle scuole. Organizzazione di iniziative territoriali. Monitoraggio/valutazione. Fase 3: “Evento finale e chiusura”(Maggio): Organizzazione e realizzazione dell’evento finale dove riunire le diverse generazioni utilizzando le attività all’aria aperta come opportunità di incontro per tutti coloro che saranno stati coinvolti nella campagna di informazione.

Aspetti innovativi da segnalare: I materiali prodotti diretti a tutti gli interessati e creati in funzione dei diversi target (Diario per bambini, brochure per genitori ed insegnanti, poster per le classi). Tutti gli stakeholders del progetto sono stati attivamente coinvolti. Spesso le campagne promozionali non si dotano di strumenti di valutazione adeguati a misurarne realmente gli effetti ed i risultati; una delle principali caratteristiche del progetto è la sua capacità di valutare scientificamente sia la campagna sia il cambiamento di comportamento dei partecipanti.

RISULTATI E VALUTAZIONE

Risultati attesi: 1) costruzione di reti territoriali per la diffusione di stili di vita attivi rivolte a bambini, genitori, scuole, enti locali; 2) materiali della campagna informativa tra cui il diario delle attività; 3) accrescimento della consapevolezza dei bambini destinatari finali ma non unici dell’intervento quali protagonisti delle loro scelte, relazioni, bisogni e modi di soddisfarli; 4) guida metodologica; 5) Report della valutazione.

Criteri di valutazione: Capita spesso che delle ottime campagne di promozione della salute cerchino di raggiungere obiettivi molto importanti ma, al termine del lavoro, non siano in grado di definire se questi sono stati raggiunti o meno, perché non dispongono di una adeguata fase di valutazione di efficacia. Una delle caratteristiche di Diamoci una mossa, invece, è quella di valutare se le attività della campagna sono collegate ai cambiamenti nei comportamenti dei partecipanti che diventino anche regolari nel tempo.

Strumenti e metodologie di valutazione: la valutazione del primo anno del progetto (2006-2007) è stata realizzata attraverso la somministrazione, ex ante ed ex post, dell'IPAQ (Internationale Physical Activity Questionnaire), realizzata dal prof. Fabio Lucidi dell'Università di Roma "La Sapienza", facoltà di Psicologia 2. I risultati sono visibili nel sito www.diamociunamossa.it

RISORSE

Costo complessivo del progetto:

110.000 euro per la ideazione e produzione dei materiali della campagna e delle feste finali
25.000 euro per le risorse umane coinvolte come coordinamento nazionale

Ogni comitato Uisp ha investito inoltre proprie risorse economiche per coprire i costi organizzativi relativi agli educatori che intervengono nelle scuole e alle iniziative locali.

In una proiezione di massima si può stimare questo intervento intorno ai 150.000 euro

Costo complessivo del progetto: 285.000 euro

Fonti di finanziamento:

Dopo il primo anno (2006/2007) in cui il progetto è stato finanziato attraverso la legge 383 di promozione sociale, la campagna è stata sostenuta economicamente dall'Uisp, sia a livello nazionale che locale.

Alcuni comitati si sono avvalsi di cofinanziamenti ottenuti da Assessorati comunali e provinciali e in alcuni casi da Asl.

Risorse umane impegnate:

- **numero:** a livello nazionale 5 persone per il coordinamento e la gestione complessiva della campagna, la preparazione dei materiali e la raccolta delle informazioni sull'andamento del progetto + equipe di dirigenti ed educatori in ognuna delle 39 città (in media 5 persone per comitato) per un totale di 200 persone

- **professione:** dirigenti sportivi, educatori, operatori (*Questi dati si riferiscono solo alle risorse umane Uisp, cui vanno aggiunti gli insegnanti e gli esperti coinvolti localmente*)

- **formazione prevista:** fin dal primo anno il progetto ha previsto corsi di aggiornamento e

formazione dei responsabili locali e degli educatori organizzati a livello nazionale e regionale

Risorse tecnologiche:

- **attivate:** sito dedicato al progetto www.diamociunamossa.it

- **da attivare:** è in fase di approntamento un forum dedicato ai responsabili, agli educatori ed agli insegnanti per il confronto e lo scambio di buone pratiche

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Positività e criticità: La strutturazione di Diamoci una mossa è funzionale allo sviluppo di un modello flessibile e testabile in contesti molto diversi tra loro. Un intervento integrato, ossia pensato, organizzato e realizzato con la partecipazione sul territorio di tutti gli attori sociali interessati e che trovi piena applicabilità attraverso l'adeguamento al contesto di attuazione. Un modello basato su queste caratteristiche è per sua stessa natura facilmente trasferibile e riproducibile, come dimostrato dagli anni precedenti di questa campagna.

Comunicazione interna ed esterna: La comunicazione nazionale del progetto è avvenuta attraverso il sito internet e le agenzie interne all'Uisp; a livello locale ciascun comitato ha provveduto alla diffusione di comunicati stampa locali.. Sul sito sono disponibili le rassegne stampa dei tre anni di esperienze.

Successive implementazioni;

Molti dei nostri Comitati uisp stanno portando avanti il progetto perché la campagna si è allargata alle Asl ed ai Comuni. A livello nazionale il progetto ha portato avanti una seconda fase, quella di "RiDiamoci una mossa".