

SCHEDA RELAZIONE DEL PROGETTO

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



DATI IDENTIFICATIVI PER L'ISCRIZIONE	
<i>Titolo del progetto</i>	RiDiamoci una mossa: il gioco continua
<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: RiDiamoci una mossa: il gioco continua	
TEMPI. Settembre 2008 – Maggio 2009	
INTRODUZIONE: <i>Destinatari:</i> 10.000 bambine e bambini delle scuole primarie, i loro genitori e i gli insegnanti di 39 città su tutto il territorio (Borgorose (RI), Castel Gandolfo (RM); Cecina (LI); Civitavecchia (RM); Eboli (SA); Ferrara; Firenze; Frosinone; Genova; Imola; Imperia; Latina; Lamezia Terme (CZ); Lecce; Livorno; Monterotondo (RM); Parma; Pavia; Piacenza; Pisa; Pistoia; Pontedera (PI); Prato; Reggio Emilia; Rieti; Rieti; Roma; Salerno; Sarzana (SP); Settimo Torinese (TO); Trieste; Varese; Viterbo	
<i>Contesto:</i> 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", basata sull'idea che la promozione del movimento e la creazione di spazi quotidiani di attività fisica non possono essere separati da uno stile alimentare ispirato a semplici principi di nutrizione sana. Con "Diamoci una mossa" abbiamo iniziato un percorso; con il coinvolgimento attivo di tutti,	

insegnanti, genitori e bambini, e siamo riusciti a raggiungere l'obiettivo principale: trasmettere l'idea di quanto sia importante tenere collegati uno stile di vita attivo e un'alimentazione corretta.

"RiDiamoci una mossa" vuole raggiungere un risultato più ambizioso: trasformare uno stile di vita sano in un'abitudine regolare.

Il progetto è infatti dedicato infatti ad una strategia di mantenimento che aiuti a rendere regolari i comportamenti occasionali, superando le piccole difficoltà che si incontrano inevitabilmente in questo passaggio.

Breve descrizione del servizio se esistente: "RiDiamoci una mossa" è una campagna e 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 e mantenerlo nel tempo. 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 sovrappeso 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. Ma non è sufficiente: bisogna anche lavorare perché queste buone pratiche diventino patrimonio consolidato, trasformando i comportamenti occasionali in abitudini regolari sul piano del movimento e della corretta 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. Anche in questo intervento con l'obiettivo di sane abitudini è 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.

Obiettivi: 1) Stimolare i bambini affinché facciano movimento e mangino in modo sano con regolarità, come abitudine di vita; 2) Far sì che i bambini facciano proprio il nuovo comportamento, lo mettano in atto e lo mantengano spontaneamente; 3) Far sì che i bambini stessi coinvolgano altri bambini e addirittura altri adulti, in primo luogo i genitori.

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. Dopo la prima esperienza di "Diamoci

una mossa" l'Uisp si è proposto un obiettivo ancora più ambizioso: trasformare in abitudini i cambiamenti negli stili di vita. "RiDiamoci una mossa" è infatti un progetto dedicato ad una strategia di mantenimento che aiuti a rendere regolari i comportamenti occasionali, superando le piccole difficoltà che si incontrano inevitabilmente in questo passaggio, seguendo la formula: un regolare stile di vita attivo + una regolare alimentazione corretta = uno stile di vita sano. La campagna è stata veicolata attraverso le scuole primarie per le classi che lo scorso anno hanno partecipato a "Diamoci una mossa", con l'inserimento nei POF e il coinvolgimento degli insegnanti. E' stato prodotto 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 è stato affiancato un tabloid illustrativo con tutte le informazioni necessarie a genitori ed 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. "RiDiamoci una mossa" è stato progettato prevedendo l'elaborazione di materiali informativi e giochi specifici, finalizzati a comportamenti regolari nel tempo. Allo stesso modo, sia il sito web, sia l'attività di valutazione e il relativo questionario sono stati riprogettati in maniera funzionale agli obiettivi della campagna. I bambini sono sempre più protagonisti perchè è affidata a loro la valutazione dell'impegno, con l'auto-attribuzione di medaglie per i risultati raggiunti; naturalmente gli adulti (insegnanti, genitori, operatori Uisp) avranno un ruolo fondamentale nell'aiutare i bambini nella conquista degli stili di vita sani.

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 mirato ai bambini e costruito in modo da renderli soggetti attivi e responsabili di un diverso stile di vita, con storie, giochi, esempi di comportamenti

regolari e un medagliere ; tabloid informativo per genitori e insegnanti sui temi della campagna; 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, tabloid 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 stili di vita attivi: 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)** acquisizione da parte di bambini e genitori di un regolare stile di vita; **5)** report di 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 “RiDiamoci 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 (2007-2008) 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.ridiamociunamossa.it

RISORSE

Costo complessivo del progetto:

100.000 euro per l'ideazione e produzione dei materiali per la campagna e le feste finali

20.000 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 130.000 euro

Costo complessivo del progetto: 250.000 euro

Fonti di finanziamento:

La campagna è stata sostenuta completamente dall'Uisp a livello economico, 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 (media 5 persone a 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 al livello nazionale e regionale.

Risorse tecnologiche:

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

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

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Positività e criticità: La strutturazione di RiDiamoci 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

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 Uisp ha provveduto alla diffusione di comunicati stampa locali. Sul sito sono disponibili le rassegne stampa dei due anni di esperienze.

Successive implementazioni; Oltre alla diffusione auspicabile della campagna in altre realtà, a partire dalle classi che quest'anno stanno sviluppando "Diamoci una mossa" e che quindi il prossimo anno passeranno alla seconda fase, l'Uisp sta valutando la fattibilità di un terzo momento esperienziale rivolto non più ai singoli bambini, ma al gruppo classe.