

moige

proteggiamo i nostri figli

Proteggiamo **i** nostri figli



www.moige.it

Chi siamo

- Il **MOIGE- Movimento Italiano Genitori Onlus** è dalla parte dei genitori e dei bambini, dando risposte concrete alle loro richieste di aiuto. Promuove iniziative per contrastare grandi emergenze sociali e per educare i ragazzi ad affrontare con sicurezza le sfide di ogni giorno.
- Presente oggi in **35 città italiane** con un network di **oltre 100.000 genitori**.
- Apartitico e aconfessionale, agisce per la protezione dei minori e della maternità, nella vita sociale, economica, culturale e ambientale dell'Italia.

In Italia:



- è stato dichiarato **Associazione di evidente funzione sociale** dal Ministero del Lavoro
- è accreditato presso il **MIUR** per la formazione e lo sviluppo delle competenze del personale del comparto scuola
- è iscritto al registro per il **Terzo Settore della Regione Lazio** ed è stato componente del **Forum nazionale del terzo settore**
- è accreditato nel **FONAGS - Forum Nazionale delle Associazioni dei Genitori della Scuola**, Consulta dei genitori presso il MIUR

In Europa:



- aderisce all'**E.P.A.** – *European Parents Association* che raggruppa le più rappresentative associazioni di genitori in Europa e di cui è componente del board dal mese di aprile 2007
- aderisce al **C.O.FA.C.E.** – *Confédération des Organisations des Families de la Communauté Européenne* di cui è componente del board dal 2008
- è socio fondatore del **CO.M.O.** *Confederation of Meningitis Organisations*, coordinamento internazionale di associazioni per la lotta alla meningite
- aderisce a **EURALVA**, *The European Alliance of Listeners' and Viewers' Associations*, dal 2010

I nostri valori, la nostra missione

I nostri valori

- I figli, la loro sicurezza, la loro libertà, il nostro primo pensiero
- Il miglior investimento: la crescita, l'educazione e la salute dei figli
- Figli si nasce, mamme e papà si diventa; per questo promuoviamo la formazione dei genitori e dei minori con progetti e campagne specifiche

La nostra missione

- Proteggere i minori, che sentiamo tutti nostri figli, da rischi, pericoli e disagi presenti nella realtà civile quali: povertà, abusi, bullismo, cyberbullismo, alcol, tabacco, porno, videogiochi violenti, azzardo, droga, ecc
- Tutelare il ruolo dei minori e dei genitori in tutti gli ambiti di loro peculiare e inalienabile pertinenza
- Promuovere il riconoscimento del ruolo sociale dei genitori come funzione centrale e fondante della società civile
- Tutelare il diritto dei genitori a crescere ed educare i figli con libertà

Le aree del nostro impegno



Media Education
Sicurezza Ovunque
Dipendenze e Abusi
Salute e Alimentazione
Ambiente
Sostegno alla Genitorialità

Media Education



Osservatorio Media

- **Monitoraggio dei palinsesti televisivi** effettuato dall'Osservatorio Media del MOIGE per un'azione di controllo e analisi della programmazione destinata ai minori.
- Pubblicazione annuale della guida TV **«Un anno di zapping... e di like»**, contenente le recensioni di oltre **300 programmi e canali youtube**, sia dal punto di vista tecnico che da quello delle idee e dei valori veicolati:

- **Relazioni istituzionali:**
 - Comitato Media e Minori
 - Commissione Bicamerale per l'Infanzia
 - Sottosegretariato di Stato per le Comunicazioni
 - Autorità Garante per le Comunicazioni



- **Raccolta** tramite sito internet www.moige.it e Numero Verde 800.93.70.70 di **segnalazioni** di programmi TV, pubblicità, cinema, internet e telefoni cellulari e inoltrò alle autorità competenti
- **Protocollo d'intesa con la Polizia Postale e delle Comunicazioni** – Ministero dell'Interno per attività di informazione e contrasto dei pericoli per i minori nei nuovi media
- Sensibilizzazione dei genitori e dei minori ad un **uso più attento e consapevole dei nuovi media**
- Formazione dei genitori per una **maggiore conoscenza dei linguaggi multimediali**
- Campagne di sensibilizzazione ad un **corretto uso dei videogiochi**
- **Pubblicazione biennale dell'Indagine «La Dieta Mediatica dei nostri figli»**



Case history «Giovani ambasciatori contro bullismo e cyber risk in giro per l'Italia»



Il progetto «**Giovani ambasciatori contro bullismo e cyber risk in giro per l'Italia**» è promosso dal **MOIGE** in collaborazione con il **Miur - Un Nodo Blu**, **Polizia di Stato**, **Anci** e **Ambasciata degli Stati Uniti D'America** e con il supporto di **Enel**, **Trend Micro** e **Intesa SanPaolo**.

Il progetto, giunto alla quarta edizione, sta coinvolgendo circa **237.000 studenti** e più di **475.000 tra docenti e genitori**, appartenenti alle scuole secondarie di I e II grado.

In ogni Istituto 5 giovani ambasciatori si stanno formando per diventare protagonisti dell'azione formativa sui loro compagni di scuola attraverso l'innovativa metodologia del **peer to peer**.

Il progetto prevede il giro dell'Italia del **primo centro mobile di sostegno e supporto alle vittime di cyberbullismo**. Un ufficio itinerante con personale specializzato che sta raggiungendo le scuole e i comuni su tutto il territorio nazionale per offrire prevenzione, sostegno e supporto.



Case history «Per un web sicuro»



«Per un web sicuro» è il progetto promosso dal **MOIGE** con la partnership di **Trend Micro, Cisco, Hewlett Packard Enterprise, Ansaif** e in collaborazione con **Polizia Postale e delle Comunicazioni**, con l'obiettivo di sensibilizzare ragazzi, genitori, nonni e insegnanti su un uso corretto e responsabile della rete.

I docenti referenti del progetto, dopo essere stati **formati** da esperti sul tema e con l'ausilio di un **kit multimediale didattico**, hanno organizzato open day dedicati a studenti, genitori e nonni.

In 5 edizioni, il progetto ha raggiunto **250 scuole medie** italiane coinvolgendo oltre **76.000 studenti** e **160.000 adulti** fra genitori, nonni e docenti.

Il progetto ha ottenuto una significativa risonanza sui media nazionali e locali, raggiungendo oltre **76.000.000 contatti certificati**.



LA PROVINCIA SETTIMANALE DI SOGGERO Settimanale Data: 05-11-2011
Pagina: 34
Foglio: 1

per un web sicuro

Computer sicuro per i bambini

Alla scuola media Pirotta l'unica tappa brianzola del progetto di Moige

di **ALESSANDRO CRISAFULLI** — DESIO —

SARÀ ALLA SCUOLA media Pirotta di Desio, lunedì 14 novembre, l'unica tappa brianzola (e una delle tre in Lombardia, insieme a Milano e Como) del progetto «Per un web sicuro».

no in rete quotidianamente. Giocare (44%) è l'attività preferita, seguita dalla possibilità di reperire informazioni per lo studio (40%). Per i figli più grandi la rete diventa, invece, uno strumento di socializzazione. Facebook la fa da padrone: quasi 9 ragazzi su 10 lo pre-

brano tra le più severe ed efficaci: 6 genitori su 10 si limitano a parlare dell'argomento con i figli, 4 su 10 navigano con loro e solo 3 genitori su 10 (33,3%) condividono la scelta dei siti. Il 40% controlla periodicamente i siti visitati e le atti-

zioni correlate. Sono i papà di Internet medianti la protezione dei siti bloccati e i ragazzi nell'ambito dei "parental control", una protezione di genitori su IMMO utilizzata. Partecipano al progetto "Per un web sicuro", promossa dall'Università di Bergamo in partnership con la Polizia Postale e delle Comunicazioni, attraverso il patrocinio dell'Associazione Nazionale Dirigenti ed Esperti Professionalisti della scuola (Ange) in collaborazione con Trend Micro, Cisco, Polizia Postale e delle Comunicazioni.

SEGNALAZIONI
<http://www.moige.it>
<http://www.poliziadistato.it>

Case history «#OFF4aDAY»



«#OFF4aDAY» è un progetto promosso dal **MOIGE** e da **Samsung**, con il patrocinio della **Polizia di Stato**, con l'obiettivo primario di sensibilizzare ragazzi e adulti sulla prevenzione al fenomeno del cyberbullismo.

MOIGE e Samsung hanno messo a disposizione il numero dedicato **393.300.90.90**, e la mail dedicata **help@off4aday.it** destinati alla richiesta di informazioni, sostegno, aiuto, consigli e alla segnalazione di episodi di cyberbullismo.

Parallelamente «#OFF4aDAY» è entrato in oltre **2.000 Scuole, Secondarie di Primo e Secondo grado**, con l'invio di kit didattici informativi riservati ai docenti mirati a stimolare la discussione in aula sul tema del cyberbullismo.

È stato aperto, un **concorso** riservato agli studenti che hanno realizzato elaborati dedicati al tema del progetto producendo un testo o un video. L'istituto vincitore ha ricevuto una classe digitalizzata.



Case history: «Smart Family»



«**Smart Family**» è un progetto informativo per il corretto uso delle nuove tecnologie promosso insieme a **Samsung**. Si è rivolto ai bambini di scuola primaria, ai ragazzi di scuola secondaria di primo grado, ai docenti e alle famiglie italiane, con l'obiettivo di l'importanza di una **fruizione responsabile delle nuove tecnologie**.

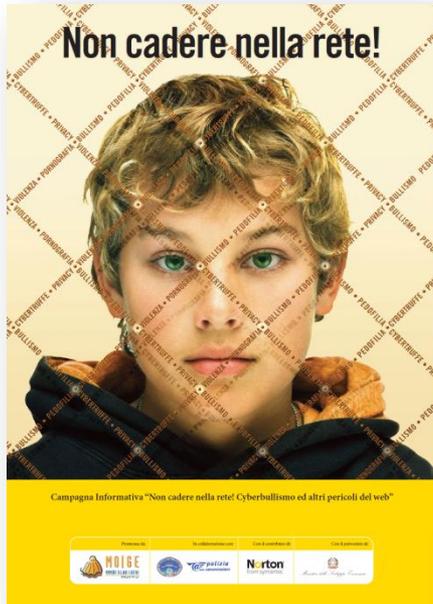
I bambini hanno partecipato a un **Maxi gioco dell'oca interattivo**: ogni casella corrispondeva ad una domanda riguardante il tema della sicurezza in rete in base alla risposta corretta o sbagliata si attuava un'azione sul tappeto.

Il progetto ha coinvolto:

- **6420 alunni** (2.961 di scuola primaria e 3.459 di scuola secondaria di primo grado)
- Oltre **700 genitori** negli incontri pomeridiani in aula
- **31.260 genitori e nonni** coinvolti tramite la diffusione del materiale informativo ad opera dei Coordinamenti del MOIGE
- **9.282.167** di contatti media certificati



Case history: «Non cadere nella Rete»



Avenire Pag. 10
Foglio 1

Il «cyberbullismo» corre sul web

ROMA. Il bulimo non è solo a scuola. I ragazzi che passano ore su internet rischiano di fare vittime del «cyberbullismo». Come la loro vita, un ragazzo può essere preso di mira, aggredito, verbalizzato, corso e allentato da lui. Può essere subdolo, ingenuamente confidarsi che un cyberbullo ha una vita normale dopo aver creato un clima di fiducia. C'è anche chi si accanisce a molestare per poi mettere alla prova il sistema internet. Per non parlare dei rischi più netti: se parlo

di cyberbullismo e altri pericoli del web, di oggi e il prossimo anno - in 25 mesi - milioni di ragazzi. Alle presentazioni, il giorno 15, il ministro della Giustizia, C'è anche chi si accanisce a molestare per poi mettere alla prova il sistema internet. Per non parlare dei rischi più netti: se parlo



IL TEMPO 20-01-2009
Pagina 10
Foglio 1

Facebook facilita l'adescamento»
Genitori invece di vigilare lasciano i figli da soli alle prese con le cyber insidie del computer

Mario Caimano
L'adescamento è un fenomeno che si sta diffondendo in modo preoccupante. I genitori, invece di vigilare, lasciano i figli da soli alle prese con le cyber insidie del computer. Il fenomeno è in crescita e si sta diffondendo in modo preoccupante. I genitori, invece di vigilare, lasciano i figli da soli alle prese con le cyber insidie del computer.

Pellegrino Pradella
L'adescamento è un fenomeno che si sta diffondendo in modo preoccupante. I genitori, invece di vigilare, lasciano i figli da soli alle prese con le cyber insidie del computer.

Intervista chat room
L'adescamento è un fenomeno che si sta diffondendo in modo preoccupante. I genitori, invece di vigilare, lasciano i figli da soli alle prese con le cyber insidie del computer.

Intervista chat room
L'adescamento è un fenomeno che si sta diffondendo in modo preoccupante. I genitori, invece di vigilare, lasciano i figli da soli alle prese con le cyber insidie del computer.

Intervista chat room
L'adescamento è un fenomeno che si sta diffondendo in modo preoccupante. I genitori, invece di vigilare, lasciano i figli da soli alle prese con le cyber insidie del computer.

«Non cadere nella Rete! Cyberbullismo e altri pericoli del web» è una campagna itinerante promossa dal **MOIGE**, in collaborazione con la **Polizia Postale e delle Comunicazioni** e **Symantec** con il patrocinio del **Ministero dello Sviluppo Economico**, sull'utilizzo consapevole del web.

Ha previsto lezioni interattive con operatori formati coinvolgendo:

- **17.000** ragazzi e **34.000** genitori
- **51** scuole medie italiane

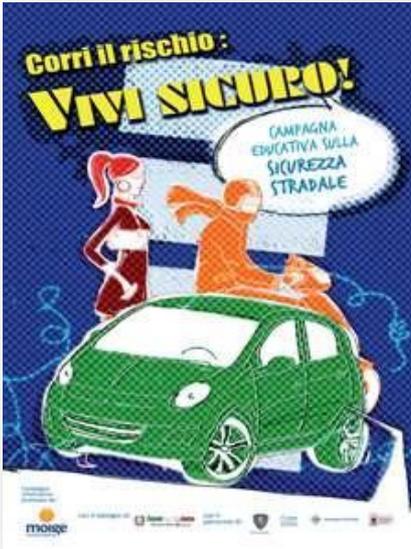
Ha raggiunto **38 milioni** di contatti media certificati



Sicurezza Ovunque



Case history «Corri il rischio: vivi sicuro!»



«Corri il rischio: vivi sicuro!»: campagna itinerante sulla sicurezza stradale realizzata con il contributo del Ministero della Gioventù e con i patrocini di Acì, Fondazione Ania per la Sicurezza stradale, Polizia Stradale e Soc.i tra.s. – Società italiana di Traumatologia della Strada.

Il progetto ha previsto lezioni interattive e un **bus itinerante** allestito con simulatori di guida e postazioni pc dedicati. Ha coinvolto:

- 31.974 ragazzi
- 59.976 genitori
- 1.400 insegnanti

Ha raggiunto **21.000.000** di contatti media certificati.



Dipendenze e Abusi



Case history «Mano al volante, occhio alla vita»



«**Mano al volante, occhio alla vita**», realizzato con il contributo della Presidenza del Consiglio dei Ministri – **Dipartimento per le Politiche Antidroga** e con il patrocinio di **Confarca**, sta coinvolgendo 40 scuole secondarie di secondo grado sul territorio nazionale fornendo ai ragazzi e agli insegnanti tutte le informazioni necessarie per centrare l'attenzione sul tema dell'educazione stradale e sui rischi derivanti dall'uso di alcol e droga.

Durante la **conferenza stampa** di presentazione del progetto, tenutasi presso la sala del Parlamentino del Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro – CNEL, sono stati presentati i dati dell'**indagine**, realizzata con l'Istituto Piepoli, sulla percezione del rischio di incidenti stradali causati dall'uso di alcol e droghe, e sui rischi connessi dalla presenza massiva dei cannabis shop sul territorio nazionale.

Avenire

LA RICERCA

«Mio figlio si droga»: la paura dei genitori

Il 70% dei genitori italiani ha paura che il proprio figlio adolescente faccia uso di stupefacenti o che sia coinvolto in incidenti stradali; il 91% ritiene invece importante il ruolo della scuola nella prevenzione. Sono alcuni dati della ricerca promossa dal Ministero della Giustizia.

ilFatto
Politica & Palazzo.it

Guida e sostanze stupefacenti in più: preoccupazione in più adolescenti

Scuola24
L'informazione della scuola

31 ottobre 2018
Lotta contro droga e alcol ai giovani, per gli italiani ruolo determinante di famiglia e scuola

ANSA

LE PAURE DEI GENITORI, IL 29% TEME CHE I FIGLI PRENDANO DROGA



Adnkronos
Pubblicato il 30 ott 2018

sky tg24

TELEROMA

56

TV2000



Indagine «Venduti ai minori»



«Venduti ai Minori» è l'indagine promossa dal MOIGE con l'obiettivo di inquadrare il fenomeno della vendita ai minori dei prodotti vietati dalla legge come **Alcol, Tabacco, Cannabis, Giochi d'azzardo, Pornografia** e, inadatti come i **Videogiochi 18+** e comprendere i termini della complicità dei venditori, verso i minori, attraverso un atteggiamento di illegalità, unito a scarsa attenzione alla salute e alla crescita sana dei nostri figli.

L'indagine, presentata al Senato con la Sen. Licia Ronzulli, Presidente della Commissione parlamentare per l'infanzia e l'adolescenza, è curata dal prof. Tonino Cantelmi dell'**Università Europea di Roma**, su un campione di ricerca di 1.388 minori tra gli 11 e i 17 anni delle scuole secondarie di primo e secondo grado, con un'età media di 14 anni.

Rispetto alla collocazione geografica: 30% dal Centro Italia, 21% dal Nord Italia, 49% dal Sud Italia

L'obiettivo è di "mappare" la **diffusione dei comportamenti "trasgressivi"** e di **individuare quei fattori di rischio** che possono contribuire alla loro messa in atto, anche al fine di stimolare l'adozione di provvedimenti normativi migliorativi per arginare il fenomeno.



Case history: «Dite ai vostri figli di non accettare SMS dagli sconosciuti»



Con Milly Carlucci testimonial d'eccezione, è stato creato lo spot «**Dite ai vostri figli di non accettare SMS dagli sconosciuti**», in collaborazione con la **Polizia delle Comunicazioni**.

Lo spot nasce dall'esigenza di sensibilizzare genitori e bambini sui nuovi mezzi utilizzati dai pedofili per l'adescamento, in modo da fornire consigli utili su come intervenire prontamente rivolgendosi immediatamente alle forze di polizia. Per il lancio dell'iniziativa è stata organizzata una **conferenza stampa** presso il Ministero dell'Interno.

Alcuni dati:

- **326** passaggi televisivi su SKY
- **560** passaggi su canali satellitari Sitcom
- **125** passaggi al giorno su circuito Telesia
- **3 milioni di SMS informativi** ai clienti H3G
- **4 milioni di SMS, MMS e WAP** ai clienti Vodafone
- **Banner** della campagna sulle home page di Governo.it, Interno.it, Gioventu.it
- **Stand MOIGE** al **COMPA**, Salone Europeo della Comunicazione Pubblica

Salute e Alimentazione



Case history: «L'influenza che verrà #previenila»



L'influenza che verrà, #previenila è un progetto di prevenzione e informazione sull'influenza, promosso da **MOIGE**, **AMIOT** –Associazione Medica Italiana di Omotossicologia e **SIPPS** – Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale, con il contributo incondizionato di **GUNA S.p.a.**

Dal mese di ottobre 2015 è attivo un **Osservatorio di monitoraggio sull'influenza** guidato dal Prof. Fabrizio Pregliasco, virologo dell'Università degli Studi di Milano e direttore sanitario dell'Istituto Galeazzi di Milano. L'Osservatorio nasce come strumento per il monitoraggio e la diffusione, di un bollettino ufficiale con i dati aggiornati sul virus influenzale.

Per avere maggiori informazioni e consigli per affrontare preparati l'ondata di influenza che verrà sono attivi il sito internet www.previenila.it e il numero verde **800.38.50.14**.

Dall'avvio del progetto è stata inoltre effettuata la distribuzione del materiale informativo dell'iniziativa (locandina, vetrofania e dépliant) nelle farmacie e presso gli studi medici aderenti.

Sono stati raggiunti oltre 5.951.280 contatti certificati.



Case history: «INFORMattiva»



«**INFORMattiva**» è una campagna di prevenzione e contrasto al fenomeno dei disturbi alimentari e di sensibilizzazione sui corretti stili di vita promossa dal **MOIGE** e realizzata con il contributo finanziario concesso dal **Ministero del lavoro e delle politiche sociali** (legge 383/2000). Testimonial del progetto, in ambito **sportivo Andrea Giocondi** e in ambito alimentare lo **Chef Alessandro Circiello**.

Gli esperti MOIGE hanno svolto attività di sensibilizzazione in **30 centri sportivi** di 10 regioni italiane offrendo informazioni in tema di corretta alimentazione e sport presentando interventi che possano aiutare a promuovere scelte salutari e la trasmissione di buone regole per adottare comportamenti favorevoli alla propria salute. Ogni utente interessato ha ricevuto consigli e suggerimenti attraverso **materiale informativo** sul tema, il **sito del progetto** www.moigeinforma.it e il **video promozionale** realizzato ad hoc.



Case history « Mangia Bene, Cresci Bene »



TORINO
CRONACAQUI

Quotidiano Data 15-04-2015
Pagina 11
Foglio 1

«**Mangia bene, cresci bene**» è il progetto promosso dal **MOIGE** con il patrocinio scientifico di **AMIOT** - Associazione Medica Italiana di Omotossicologia e **SIPPS** - Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale, in collaborazione con **GUNA S.p.a.**, con l'obiettivo di trasmettere ai minori e alle loro famiglie l'importanza di uno stile di vita corretto e una alimentazione equilibrata.

ADNKRONOS.COM/IGN (WEB2) Data: 28-01-2015
Pagina: 1 / 2
Foglio: 1 / 2

IL LIBRO DEI FATTI | **adnkronos** | **Doctors**

Home | News | Salute | Sport | Cultura | Intrattenimento | Magazines | Sostenibilità | Investigative | Multimedia | Ad

Salute

**"Aiuto mi si è allargato il p...
25% dei bimbi sovrappeso**

la Repubblica

Ultimo mi newsletter giornaliera con le notizie di Repubblica. PUBBLICITÀ Div Repubblica Gruppo Editoriale L'Espresso Spa - P.Iva 00906801006 Società all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA La url di questa pagina ? http://www.repubblica.it/ultimora/24ore/allarme-obesita-sovrappeso-un-bambino-su-4/news-dettaglio/4567220 Abbonati a Repubblica a questo indirizzo http://www.servizioclienti.repubblica.it/index.php?page=abbonamenti_page

LA CAMPAGNA "Mangia bene, cresci bene" Obeso un bimbo su 10 Poco sport e troppa tv

→ Un bambino su quattro è sovrappeso, uno su dieci è obeso, poco sport e tanta tv e videogames. È l'identikit dei bambini con disturbi alimentari, dagli 8 ai 14 anni di età, nel

le percentuali sono rispettivamente 16% e 41%. In 10 anni è sovrappeso su quattro (25,1%) uno su 10 (9,9%) è obeso.

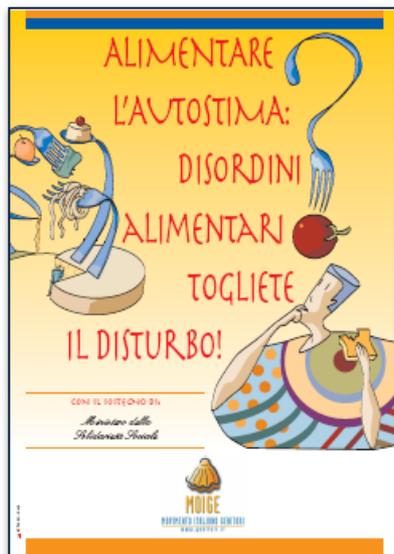
Data 28
Pagina 1
Foglio 1

ALLARME OBESITA' INFANTILE, SOVRAPPESO UN BAMBINO SU 4

Roma, 28 gen. - In Italia un bambino su 4 e' sovrappeso e uno su 10 e' obeso, estrema sintesi, alcuni dei dati allarmanti emersi nell'indagine "L'obesita' info problema rilevante e di sanita' pubblica", a cura dell'Osservatorio dei Diparti Sociologia e Ricerca Sociale dell'Universita' Milano Bicocca, che raccoglie le ricerche nazionali ed internazionali in materia di alimentazione. I risultati s presentati oggi a Roma in occasione della conferenza stampa di lancio della "Man mangia bene", promossa dal **Moige**. () NEWS ALERT Ultimo mi newsletter giornaliera con le notizie di Repubblica. PUBBLICITÀ Div Repubblica Gruppo Editoriale L'Espresso Spa - P.Iva 00906801006 Società all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA La url di questa pagina ? http://www.repubblica.it/ultimora/24ore/allarme-obesita-sovrappeso-un-bambino-su-4/news-dettaglio/4567220 Abbonati a Repubblica a questo indirizzo http://www.servizioclienti.repubblica.it/index.php?page=abbonamenti_page



Case history: «Alimentare l'autostima, disordini alimentari togliete il disturbo!»



«Alimentare l'autostima, disordini alimentari togliete il disturbo!» è una campagna realizzata con il contributo del Ministero della Solidarietà Sociale.

Alcuni dati:

- ✓ 20 giornate nelle scuole con un bus
- ✓ 5.000 bambini
- ✓ 500 insegnanti coinvolti
- ✓ 17 passaggi Tv
- ✓ 3 passaggi radio
- ✓ 16 articoli su quotidiani e periodici
- ✓ 7.000.000 di contatti certificati

Libero Roma

Quotidiano Roma Direttore: Alessandro Sallusti

CAMPAGNA DEI GENITORI



Anoressia e bulimia fuori da scuola

Sensibilizzare gli studenti sui disturbi del comportamento alimentare, ovvero il rapporto che esiste tra il cibo e il proprio corpo, che spesso si traduce in anoressia e bulimia. La campagna informativa si partirà lunedì nelle scuole romane e si chiama "Alimentare l'autostima: disordini al-

imentari togliete il disturbo". Promossa dal Moige (il Movimento Italiano genitori) - con il contributo del Ministero della Solidarietà Sociale, la campagna è stata battezzata presso la scuola media "Vincenzo Bellini", alla periferia sud della capitale, dal ministro Giovanni Melandri.

-NOV-2006

Quotidiano Milano

Avenire

Direttore: Dino DeFlo

Lettori Audipress 220000

la campagna. Disordini alimentari, il Moige punta sulla prevenzione

«Disordini alimentari togliete il disturbo» è il nome della campagna di informazione su anoressia e bulimia che il Moige (Movimento italiano genitori) sta portando in questi giorni in giro per l'Italia. Si tratta di una mostra itinerante allestita all'interno di un bus che visiterà 20 scuole medie inferiori di 13 provincie sparse in 7 regioni. Partito da Milano il 14 novembre, il tour ha toccato Como, Bologna, Pescara, Isernia, Bari, Taranto, Salerno, Avellino, Napoli e Caserta. Dal 30 novembre al 6 dicembre la campagna arriverà a Roma, dove è attesa dalle scuole medie Bellini, Winkelman, Gioacchino Belli, Sivo D'Agusto e H.C. Andersen.

Obiettivo dell'iniziativa è educare i ragazzi a una corretta alimentazione, a una sana immagine corporea e a concetti di moda e bellezza diversi da quelli presentati dai media. Accompagnati dagli operatori dell'associazione, i ragazzi visiteranno la mostra per classi e, attraverso una serie di pannelli informativi, faranno proprio il messaggio con un percorso che favorisce la scoperta personale e non l'acquisizione passiva. Ai 4.700 ragazzi coinvolti nella campagna saranno anche consegnati poster e opuscoli che serviranno loro da promemoria e come mezzo per sensibilizzare famiglie e insegnanti in merito ai disturbi del comportamento alimentare. (Ma. Ang.)

Mostra itinerante lungo la penisola approda giovedì in alcuni istituti della capitale fino al 6 dicembre



Case history: «Insieme per non fumare»



«**Insieme per non fumare**» è un progetto per la prevenzione del fumo minorile che si è rivolto a minori e genitori. La campagna ha formato i genitori sull'importanza di adottare comportamenti che non incentivino i figli a fumare e informato i bambini, con un linguaggio semplice e intuitivo, mettendoli in guardia dai rischi connessi all'uso delle sigarette.

Il bus del tour ha raggiunto **6 centri commerciali a Roma, Brescia, Nola (NA), Torino, Foggia e Reggio Emilia**, con la realizzazione di un teatro di burattini.

12.000 le persone coinvolte direttamente tra **bambini e genitori** e **48.000** quelle coinvolte indirettamente tramite il passaparola.



Ambiente



Case history: «Insieme rendiamo il mondo più bello»



«**Insieme rendiamo il mondo più bello**» è una campagna educational triennale sul tema della sostenibilità dei rifiuti e del riciclo della plastica realizzata da MOIGE, Garnier e Carrefour.

Il progetto, iniziato nel 2016, sta coinvolgendo complessivamente **150.000 bambini** appartenenti a **500 Scuole Primarie** su tutto il territorio nazionale.

I bambini interagiscono ed apprendono mediante l'utilizzo di materiali didattici. Al progetto è legato un **concorso** che prevede la realizzazione di disegni sul tema del rispetto dell'ambiente, un piacevole "gioco" che favorisce lo sviluppo della creatività degli alunni ed esprime sia l'universo delle loro emozioni che del loro grado di apprendimento sull'argomento.

L'obiettivo è quello di trasmettere la conoscenza dei principi di inquinamento e riciclaggio con osservazione critica e pratiche di sperimentazione, maturando la consapevolezza di poter agire concretamente a favore della conservazione del patrimonio ambientale mediante atti pratici quotidiani.



la Repubblica.it
Garnier insegna ai bambini a fare il "mondo più bello"

«p>Alessandra Greco Milano H a compiuto un anno il progetto di corporate social responsibility "Insieme rendiamo il mondo più bello" messo a punto da Garnier (azienda del gruppo L'Oréal) con Carrefour, MOIGE (Movimento Italiano dei genitori) e il patrocinio dell'Istituto Italiano Imballaggio. Il piano, che si concluderà nel 2019, vede schierati in prima linea tutti i promotori per sensibilizzare i bambini, i cittadini di domani, sul tema della salvaguardia ambientale, istruendoli sulle pratiche di economia circolare e coinvolgendoli nelle pratiche di riciclo, riuso e rigenerazione. Sono stati 60mila i bambini, tra i 6 e i 10 anni, coinvolti durante il primo anno del croceiro, e 200 le scuole italiane nelle



Case history: «Non rifiutiamoci»



«**Non rifiutiamoci**» è un progetto educativo itinerante e interattivo per la **raccolta differenziata e il riciclo della plastica** promosso dal **MOIGE e Corepla** - Consorzio Nazionale per la Raccolta, il Riciclaggio, il Recupero dei Rifiuti di Imballaggi in Plastica, con il patrocinio del **Ministero dell' Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare**.

Più di **30mila bambini**, tra i 6 e gli 11 anni, di 108 scuole elementari italiane hanno partecipato al maxi **gioco dell'oca educativo** e ricevuto il **materiale informativo**. Oltre **90mila adulti**, tra docenti e genitori, che hanno riportato a casa le buone pratiche imparate in classe dai figli.

Il progetto ha ottenuto una significativa risonanza sui media nazionali e locali, raggiungendo oltre **16.000.000 di contatti certificati**.



Sostegno alla genitorialità



Case history: «Neonati in famiglia: genitori e figli»



«**Neonati in famiglia, genitori e figli**» è il progetto sociale promosso da MOIGE, con il contributo della Fondazione Poste Insieme Onlus, con cui abbiamo offerto supporto a **65 neo mamme con difficoltà economiche e sociali**.

Le nostre mamme esperte che con aiuti materiali, momenti di ascolto, di confronto e condivisione hanno offerto un vero e proprio spazio in cui **superare le difficoltà e dare sostegno** ad altre mamme bisognose di aiuto.



23-03-2018
SONO FIKRY NAKED LA MAMMA DI
MARCO - DAVIDE - ANGELO - MANUELE - VALERIO
OGGI DAVERO SONO MOLTO CONTENTA CHE QUESTO
AUTO LO VOLEVO PROPRIO . OH PENSAVO DI
PASSARE LA PASQUA COSI SENZA POTER FARE
LA SPESA O COMPRARE NIENT MA DIO MI
HA MANDATO PIU DI QUELLO CHE VOLEVO E
CHE ASPETTAVO . GRAZIE AL PROGETTO "NEONATI
IN FAMIGLIA" DEL MOIGE .
GRAZIE DE CUORE
FIKRY NAKED

Eventi: «Concerto per la vita che ascolta»



«**Concerto per la vita che ascolta**»: realizzato dal MOIGE in alcune città d'Italia (**Roma, Milano, Verona, Pescara, Foggia, Saluzzo**) per promuovere l'ascolto di grandi classici della musica classica in alcuni dei teatri più belli e suggestivi d'Italia

Dal 2005 al 2011 il Concerto per la vita che ascolta:

- Ha coinvolto oltre **10.000 gestanti, 10.000 papà e 10.000 nascituri**.
- Ha raggiunto **8.500 medici, ginecologi e ostetriche**.
- È stato trasmesso su **RaiUno** con 2 milioni di telespettatori (11% di share) e su **TG3 Lazio** con oltre 1.500.000 telespettatori.
- Ha visto la **distribuzione gratuita di 8.000 CD** alle mamme in dolce attesa.
- **Ha raggiunto circa i 60 milioni** di contatti media: circa **150** articoli su quotidiani e periodici, **39** lanci di agenzie, **6** passaggi radio, **10** passaggi tv, **60** pagine web.



I Protocolli d'Intesa

Con l'obiettivo di tutelare i minori, nel corso degli anni le campagne del MOIGE hanno ricevuto l'apprezzamento e il patrocinio di Anci - Associazione Nazionale Comuni Italiani, Polizia di Stato, MIUR - "Un nodo blu", Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Di seguito si elencano i principali protocolli stipulati con tra l'Associazione e:



ANCI - Associazione Nazionale Comuni Italiani (18 Dicembre 2017) finalizzato a coinvolgere le amministrazioni locali, le scuole e la cittadinanza in iniziative orientate alla prevenzione e al contrasto di tutte le forme di bullismo e cyberbullismo.



Polizia Postale e delle Comunicazioni (15 ottobre 2008) al fine di intraprendere iniziative volte a favorire e sostenere la prevenzione ed il contrasto ai fenomeni della pedopornografia, dell'adescamento e dell'abuso sessuale di minori perpetrati tramite l'utilizzo della Rete internet



Polizia Stradale (21 settembre 2009) al fine di promuovere campagne di sensibilizzazione ed educazione in materia di Sicurezza stradale attraverso modalità operative d'intervento mirate, anche attraverso elementi di riflessione utili provenienti dal mondo giovanile e dalle famiglie



Coni (10 maggio 2019) finalizzato a contrastare ogni forma di bullismo o cyberbullismo, coinvolgendo il mondo scolastico e l'associazionismo sportivo



SIPPS – Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale (2009) per l'attuazione di progetti volti a sensibilizzare l'opinione pubblica in ambito di sani stili di vita e di prevenzione



ANP – Associazione Dirigenti e Alte Professionalità della Scuola (4 dicembre 2009) al fine di costruire una sinergia comune volta a raggiungere obiettivi educativi importanti per il benessere e la tutela dei minori



Fondazione ANIA (12 luglio 2010) con l'intento di formare e informare genitori e minori in merito alla sicurezza stradale



SEDE NAZIONALE
Via dei Gracchi 58
00192 Roma
Tel. 06.32.36.943
Fax 06.233.201.297

www.moige.it
