

6-7 APRILE IN 70 CITTÀ ITALIANE

**Giornate Nazionali di prevenzione
della Sindrome del Bambino Scosso**

nonscuoterlo.it

NON SCUOTERLO!

REPORT 2025

Rete Ospedaliera per la Prevenzione del Maltrattamento Infantile



Domenica 6 e lunedì 7 aprile 2025 l'Italia si è colorata di arancione.

Da Nord a Sud in **oltre 70 città**, nelle piazze, negli ospedali, nelle farmacie, nei nidi d'infanzia, negli studi pediatrici e in molti altri punti si è parlato della Sindrome del Bambino Scosso, sono stati distribuiti i materiali informativi della campagna Nonscuoterlo, medici e volontari hanno incontrato le persone per strada per spiegare i rischi dello scuotimento.

Con grande partecipazione si è realizzata così la seconda edizione delle Giornate nazionali di prevenzione della Shaken Baby Sindrome indette da **Terre des Hommes** e **SIMEUP** (Società Italiana di Medicina di Emergenza Pediatrica), con il supporto di **ANPAS**, **FIMP** e della **Rete Ospedaliera contro il Maltrattamento Infantile** e con il patrocinio di **Rai Sostenibilità**, per sensibilizzare sui pericoli di questa sindrome così grave eppure così ancora poco conosciuta.

Le grandi novità di quest'anno, oltre alla partecipazione diffusa su tutto il territorio nazionale, è stata l'illuminazione di arancione, colore simbolo della campagna Nonscuoterlo, dei **monumenti in sette città Italiane**, dalla Mole Antonelliana di Torino, al Palazzo della Regione di Milano all'Ospedale Santobono di Napoli, passando per gli Spedali Civili di Brescia, il Comune di Pavia, l'Istituto degli Innocenti di Firenze e il Teatro di Crotone

Quest'anno inoltre hanno aderito all'iniziativa anche **Federfarma Milano, Lodi, Monza, Brianza e Federfarma Foggia, Sassari e Verona**, grazie alle quali video e materiali informativi sono stati diffusi nelle farmacie sui rispettivi territori, l'**Associazione Italiana Massaggio Infantile (AIMI)** che è stata presente in diversi infopoint e **Soroptimist Genova**.



In **70 città italiane di 18 regioni** sono stati affissi manifesti, distribuiti volantini e gadget, proiettati video nelle piazze, negli ospedali, nelle farmacie, nei nidi d'infanzia, negli studi pediatrici e in molti altri punti, medici e volontari hanno incontrato le persone per strada per spiegare i rischi dello scuotimento.

Le città coinvolte sono state: Acquaviva (BA), Albino (BG), Alessandria, Alzano Ribolla (BG), Avezzano (AQ), Mola di Bari (BA), Bari, Barletta (BA), Bassano del Grappa (VI), Bergamo, Bisceglie, Brescia, Brentonico (TN), Cagliari, Campobasso, Canicattì, Carpi (MO), Casa Santa Erice (TP), Catania, Catanzaro, Cetraro (CS), Chieti, Ciriè (TO), Clusone (BG), Colle di Val d'Elsa (SI), Corato (BA), Cuneo, Crotone, Fidenza, Firenze, Foligno, Genova, L'Aquila, Latisana (UD), Lauria (PZ), Maratea, Marsala, Mazara Del Vallo, Messina, Merano (BZ), Milano, Napoli, Novara, Nuoro, Ovada, Padova, Palermo, Parma, Pavullo nel Frignano (MO), Pescara, Pergine Valsugana (TN), Pinerolo (TO), Pisa, Pontecorvo (FR), Potenza, Polistena (RC), Roma, Rovigo, Savigliano (CN), Seriate (BG), Silandro (BZ), Soccavo (NA), Teramo, Torino, Trapani, Trescore, Balneario (BG), Trieste, Vasto, Vigevano (PV), Verona.

Per l'elenco completo delle foto: www.nonscuoterlo.it



INFOPOINT NELLE FARMACIE



Sono stati realizzati **2 webinar** informativi in preparazione delle giornate nazionali e distribuiti i materiali della campagna ai farmacisti di **Federfarma Milano, Lodi, Monza e Brianza (259 farmacie), Verona, Sassari e Foggia**, diversi dei quali hanno esposto materiali nelle loro farmacie



IL VIDEO SPOT NEI CINEMA

Grazie alla sensibilità di DCA (Digital Cinema Advertising) il video spot della campagna Nonscuoterlo con il volto di Alessandro Preziosi è passato gratuitamente dal 17 marzo al 7 aprile in **71 plessi, 723 schermi in tutta Italia**

Qui l'elenco .

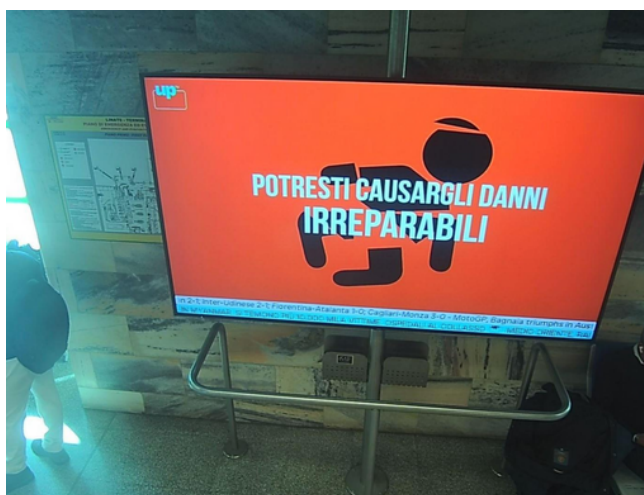


METRO E AEROPORTI



Dal 31.03 al 07.04.2025 sono stati acquistati gli spazi per proiettare il video teaser delle giornate di prevenzione nelle **stazioni delle metropolitane di Milano Roma Genova e Brescia** con **100 passaggi al giorno** da 15 secondi su ogni singolo schermo, e in **13 Aeroporti** nazionali con 100 passaggi al giorno da 15 secondi su ogni singolo schermo.

Inoltre sugli schermi all'interno dei treni della metropolitana di Roma sono stati concessi gratuitamente **100 passaggi al giorno** su ogni singolo schermo



SPOT RADIO



Grazie alla sensibilità di alcune emittenti lo spot radio è stato diffuso gratuitamente nelle settimane precedenti le giornate di prevenzione e durante le giornate stesse. In particolare hanno strutturato un palinsesto con **passaggi giornalieri da fine marzo fino al 7 aprile**:

- RADIO DJ
- RADIO MONDO
- RADIO MONTE KANATE
- RADIO VAL DEL LAGO (RVL)
- RTM MODICA
- RMC 101
- RADIO NBC
- RADIO 29





Dal 31 marzo al 7 aprile il **video teaser di 15"** e lo spot con Alessandro Preziosi sono passati gratuitamente su

- SKY 500.000 impressions
- TEADS 50.000 impressions
- MANZONI 500.000 impressions
- CAIRO-RCS 300.000 impressions
- ITALIAONLINE 500.000 impressions
- SEETAG 200.000 impressions

UN TOTALE DI 2 MILIONI E 50 MILA IMPRESSIONS*

- Si intende per Impressions il numero di volte in cui un contenuto (un post, un video, un banner, ecc.) è stato visualizzato da un utente, indipendentemente dal fatto che abbia cliccato o meno



Il Fenerbahce, guidato proprio da **Mourinho**, ha parlato apertamente di "provocazione pianificata" da parte di Buruk: "La caduta da professionista era evidentemente premeditata, così come le parole e le azioni irrispettose. Tutto è documentato nei filmati. L'assurdità di chi si fa toccare il naso e poi si contorce a

SOCIAL



Una intensa attività di socialnetworking è stata realizzata da parte di tutti i partners coinvolti, particolarmente da Simeup, che ha realizzato **73 post** su Facebook, riportando foto di tutti i punti shaken realizzati e dei volontari coinvolti.

Anpas nazionale ha fatto post sia su Fb che IG mentre i comitati regionali coinvolti hanno postato in media due volte prima e dopo le giornate. Come Terre des hommes sono stati fatti 4 post esplicativi sulla sindrome e di lancio delle giornate di prevenzione su Fb, 4 post e 2 reels su IG 4 post su LinkedIn per una copertura totale stimata di almeno **200.000 persone**





È stato richiesto a content creator social con funzioni strategiche rispetto alla tematica di riprendere la campagna in forma gratuita. Hanno aderito, diffondendo i materiali o producendo contenuti propri su Instagram:

- **Anna Acquistapace**, mamma, organizzatrice dell'Ensemble Fest sulla genitorialità condivisa e lavoratrice di Nidi Fioriti, 6265 follower
- **Associazione Italiana Massaggio Infantile**, 3.400 follower
- **Leyla Bicer**, mamma, farmacista, 114.000 follower
- **Comune Padova** 41.700 follower
- **Effedimaestra** 18.000 follower
- **Laurence Landais**, doula, 867 follower
- **Mamachat** 61.900 follower
- **Romina Marrelli**, mamma e puericultrice, 1859 follower
- **Milanomoms** 7.755 follower
- **Francesca Palazzetti**, mamma, doula, 9749 follower
- **Elisa Pellai** 45.100 follower
- **Policlinico di Bari** 20.800 follower
- **Psicologa Simona Monteleone** 721 follower
- **Pediatria futura** 588 follower
- **Rai Sostenibile e Rai Ufficiale** 6.860 e 92.600 follower

BACINO
POTENZIALE
DI PERSONE
RAGGIUNTE
637 MILA



MEDIA - RASSEGNA STAMPA

La copertura mediatica delle giornate è stata straordinariamente intensa, secondo il report del servizio Mimesi, che monitora tutte le testate giornalistiche, sono state **246 le uscite su carta stampata, web, tv e radio** (con un incremento del 53% rispetto all'anno scorso in cui le uscite si attestavano intorno alle 160)

La rassegna stampa completa è visibile qui



PATROCINIO RAI SOSTENIBILITA'

Grazie al patrocinio di Rai sostenibilità il comunicato stampa e il visual delle giornate di prevenzione della SBS **sono stati diffusi da tutte le sedi RAI**, mentre il video spot è stato pubblicato da RAI digital. Tutte le redazioni sono inoltre state contattate proponendo interviste alle dottoresse e riprese agli infopoint



LA COPERTURA MEDIATICA DEL 6-7 APRILE HA RAGGIUNTO UN TOTALE DI 36 MILIONI E 744.384 PERSONE

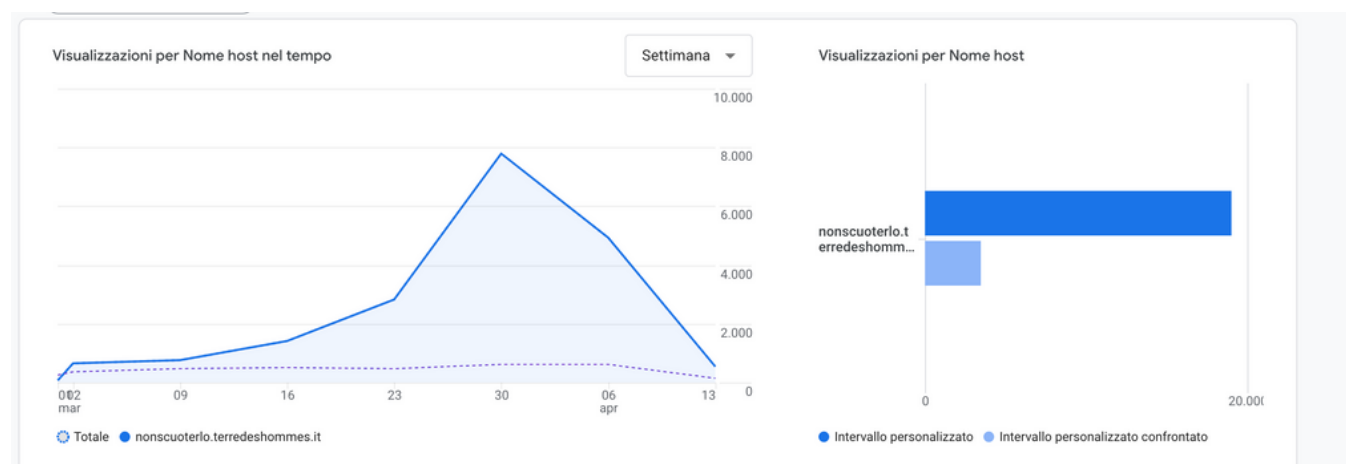
Stima potenziale in base ai dati del servizio Mimesi che monitora tutte le testate italiane su cui sono comparsi articoli sulla SBS, riportando i dati della loro diffusione (che però ovviamente non è garanzia che gli articoli siano stati letti), ma che non registra le testate web di piccole dimensioni, né i social, né le persone raggiunte dagli spot alla radio, nei cinema, metro e aeroporti, né quelle contattate direttamente agli stand. E' quindi più che realistico stimare di aver raggiunto un numero pari o superiore alla cifra indicata

SITO WEB NONSCUOTERLO



Il successo dell'iniziativa è testimoniato anche dalla crescita esponenziale dei contatti al sito web Nonscuoterlo.it che hanno superato i **12.400** utenti nel periodo di promozione della campagna, con una crescita del **+446%** di visualizzazioni rispetto al periodo precedente

Nome host	Visualizzazioni	Utenti attivi	Visualizzazioni per utente attivo	Durata media del coinvolgimento per utente attivo	Conteggio eventi
MOSTRA TUTTE LE RIGHE					Tutti gli eventi
Totale	19.006 rispetto a 3.476 ↑ 446,78%	12.444 rispetto a 2.587 ↑ 381,02%	1,53 rispetto a 1,34 ↑ 13,67%	41 s rispetto a 1 m 10 s ↓ -41,45%	62.899 rispetto a 12.631 ↑ 397,97%
nonscuoterlo.terredeshommes.it					
1 mar - 17 apr 2025	19.006 (100%)	12.444 (100%)	1,53	41 s	62.899 (100%)
1 gen - 17 feb 2025	3.476 (100%)	2.587 (100%)	1,34	1 m 10 s	12.631 (100%)
% change	446,78%	381,02%	13,67%	-41,45%	397,97%





Terre des hommes
Proteggiamo i bambini insieme



GRAZIE A TUTTI PER GLI STRAORDINARI RISULTATI RAGGIUNTI

Rete Ospedaliera per la Prevenzione del Maltrattamento Infantile

Quartiere dei Biondi
Vittorio Giusti
Sistema Socio Sanitario
Regione
Lombardia
ASST Fatebenefratelli Sacco



Partner ufficiale di
National Center
Shaken Baby Syndrome
Child Welfare

Con il patrocinio di
AGA
Autorità garante
per l'infanzia
e l'adolescenza

