



#IoStoConIBiberon, ultime battute della campagna di comunicazione del Forum delle Associazioni Familiari

**Appuntamento con i cittadini e i candidati
al lungomare Trieste di Salerno il 29 maggio**

Un nuovo appuntamento con la campagna **#IoStoConIBiberon**, promossa dal **Forum delle Associazioni Familiari** per rilanciare l'attenzione sulla **famiglia come soggetto sociale** e cuore dell'azione politica e amministrativa. Stavolta è per **domenica 29 maggio a Salerno, sul lungomare Trieste, dalle ore 10.30 alle 13.30**.

L'iniziativa è a cura del **Forum Regionale della Campania**, che anche in quest'ultima domenica pre-elettorale, darà vita a **un'azione generale di sensibilizzazione sulle politiche familiari** e, in particolare, di **promozione della Carta di Impegno per la Famiglia**. La **Carta** – frutto dell'esperienza sul campo maturata dalle Associazioni e dai movimenti che confluiscono nel **Forum** – contiene dodici proposte di interventi per **migliorare concretamente la qualità di vita delle famiglie**.

Proposte rivolte ai **candidati sindaco** e ai **candidati consigliere** in corsa per le **prossime Amministrative** a cui, fino al termine della campagna elettorale, si chiede di includere nel proprio programma almeno tre punti della **Carta**.

Oltre all'istituzione dell'**Assessorato Comunale per la Famiglia**, prima irrinunciabile richiesta del **Forum**, **le proposte di intervento riguardano tutti gli aspetti della vita familiare**. A partire dall'attenzione al regime fiscale con la proposta del **Fisco Amico**, già introdotta con successo in alcuni Comuni italiani, e che prevede **l'integrazione del Modello Isee con il Fattore Famiglia**, ovvero un **correttivo che tiene conto degli effettivi carichi familiari** ai fini di **una più equa tassazione locale**. Senza contare la gamma degli interventi per le **politiche a favore della natalità e della prima infanzia**, per il **sostegno alle relazioni familiari e al ruolo genitoriale**, per l'**armonizzazione dei tempi del lavoro e quelli della famiglia**, per **l'integrazione dei nuclei familiari immigrati** e per **una mobilità Child&Family Friendly**.

Un'adesione trasversale agli schieramenti quella che si è registrata finora, con tutti gli ingredienti per infittirsi in queste ultime battute di campagna elettorale. L'elenco dei **candidati sindaco** e dei **candidati consigliere** che, ad oggi, hanno sottoscritto almeno



tre delle proposte contenute nella **Carta**, è consultabile sul **sito** www.politichefamigliacampania.it, in costante aggiornamento.

E **domenica 29 maggio** si continuerà con la raccolta delle testimonianze di impegno da parte dei candidati e di sostegno da parte dei cittadini presso l'apposito gazebo allestito sul **lungomare salernitano**. Ancora una volta a troneggiare sarà la sagoma del **biberon**, diventata ormai protagonista degli appuntamenti 'all'aperto' organizzati dal **Forum**. **Il biberon è infatti l'icona** della campagna di comunicazione **#IoStoConIBiberon** inerente la **Carta**. Continuerà, dunque, in strada, la campagna cominciata sul web il **15 maggio**, quando in tanti hanno raccolto l'invito a lanciare sui profili **Facebook** e **Twitter** l'**#IoStoConIBiberon** associato a foto e video che mettessero in primo piano la famiglia e in cui fosse in evidenza, appunto, un **biberon**. Campagna proseguita poi nelle principali **piazze d'Italia**, (in Campania Napoli e Salerno) **domenica scorsa, 22 maggio**, con la partecipazione di cittadini e candidati che, biberon alla mano, si sono fatti fotografare o riprendere per poi rilanciare le immagini sui propri account/pagine social e su quelle del **Forum**, postate insieme all'**#IoStoConIBiberon**.

Arma potente e innocente insieme, il **biberon** è stato scelto – in virtù della sua capacità di evocare l'idea della cura, delle relazioni primarie, della capacità generativa della famiglia – come simbolo di una pacifica battaglia. Quella, cioè, per rilanciare il **Paese**, a partire dalla presa di coscienza che **la famiglia è la più grande e proficua start-up su cui investire**, riempiendo le culle vuote, scoprendo il valore di risorsa di tutti i suoi componenti (donne, bambini, disabili, anziani, immigrati compresi) e disegnando per essa un futuro all'altezza delle sfide economiche, culturali, relazionali lanciate dal mondo di oggi.