



2011

Bilancio Sociale **Social Report**





Fondazione Terre des hommes Italia Onlus
Viale Monza 57 – 20125 Milano (Italy)
Tel. +39 02 28970418 – Fax +39 02 26113971
www.terredeshommes.it - info@tdhitaly.org

Member of Terre des Hommes International Federation

DONAZIONI / DONATIONS

- ▶ Conto corrente postale / Postal paying-in slip n. 321208
- ▶ Bonifico bancario su / Credit transfer on
Monte dei Paschi di Siena IBAN IT53Z0103001650000001030344
- ▶ Online www.terredeshommes.it/cosa-puoi-fare-tu/dona-subito/
- ▶ RID bancario / Direct Debit
- ▶ (per informazioni / for informations tel. +39 02 28970418)

BILANCIO SOCIALE Terre des Hommes 2011 Terre des Hommes SOCIAL REPORT 2011

Redazione / Editing: Rossella Panuzzo
Traduzioni / Translations: Giulia Sinatti
Supervisione / Supervision: Paolo Ferrara
Assistenza metodologica / Methodological support: Ria Grant Thornton
Grafica / Graphic design: Akiba Net
Illustrazioni / Illustrations: Marco Binelli www.marcobinelli.com
Stampa / Print: Publistampa Arti Grafiche – Pergine Valsugana (TN)

Stampato su carta ecologica naturale con cellulosa proveniente
da foreste amministrate, sbiancata senza uso di cloro
Printed on ecological paper, made with cellulose coming from
FSC-certified forests, bleached with chlorine-free methods.

Foto / Photos: Archivio TDH / TDH Archive

Si ringraziano inoltre per le foto / We also thanks for the photos:

Claudio Bonoldi, Giovanni Cocco, Alessandro Grassani, Laura Fazzini, Andrea
Frazzetta, Alberto Molinari, Caterina Montaldo, Bruno Neri, Rossella Panuzzo,
James Pursey, Wanda Toso, Alida Vanni.

Foto copertina / Cover photo: Alberto Molinari

Finito di stampare nel mese di ottobre 2012
Printed in October 2012



Il 2011 non è stato un anno facile.

Anno carico di nuove sfide e nuove emergenze nel mondo, con conseguenze meno evidenti forse del terremoto di Haiti del 2010, ma più striscianti e più infide, quasi tutte legate ad eventi di carattere socio-politico.

La guerra e la caduta del regime in Libia, successivamente la caduta del regime in Tunisia e in Egitto, vengono salutate come “Primavera araba”: un vento di speranza democratica ma che viene subito appannata dalle repressioni e dai primi trucidi scontri in Siria e dall’inizio della ribellione dei separatisti Tuareg in Mali.

Quest’ultima secessione porterà poi, nei primi mesi del 2012, alla transitoria divisione in due di un paese di un Sahel dimenticato un po’ da tutti, nonostante le ricorrenti carestie, e al seguito del quale apparirà chiara la strategia destabilizzante di Al Qaida nel Nord Africa.

L’Italia stessa, con gli sbarchi di Lampedusa, non è stata esente da questo diciamo “maremoto mediterraneo” dagli esiti incerti e discutibili, dove le uniche certezze sono state, ancora una volta, le sofferenze e i patimenti per la gente e in particolar modo per l’infanzia.

Li, a Lampedusa, siamo stati in prima linea ad accogliere i minori stranieri non accompagnati, affidati al mare nella speranza di un futuro migliore.

Non è possibile descrivere la nostra tristezza, abituati a percorrere il mondo, per permettere all’infanzia più povera di restare nella propria terra vicino ai propri affetti ed alla propria famiglia, nell’ascoltare le mille storie di profughi e nel cercare di togliere dai loro sguardi lo smarrimento e la paura. La stretta economica, che colpisce pure il nostro paese non ci ha aiutato, anche se la solidarietà dei nostri donatori è stata come sempre tenace e generosa e anche se la difficoltà di gestire un bilancio si fa sempre più sentire nella media famiglia italiana.

Il sorriso dei quattrocentomila bambini che siamo riusciti a raggiungere anche quest’anno però ci riempie di orgoglio e ci dà la spinta per essere ancora una volta ottimisti e ci dà la carica per continuare, andare avanti.

Donatella Vergari
Segretario Generale
Secretary General

The year 2011 has not been an easy one.

A year full of new challenges and emergencies worldwide, with consequences that were maybe less visible than those following the 2010 earthquake in Haiti, but that were more slithering and treacherous and nearly always emerging out of socio-political events.

The war and the fall of regime in Libya, the fall of the regimes in Tunisia and Egypt that followed were welcomed as the “Arab Spring”, a breath of democratic hope that was soon suffocated by the repressions, the first vicious clashes in Syria, and the beginning of the Tuareg separatist rebellion in Mali.

This secession led, in early 2012, to the transitory partition of this Sahel country that, despite its frequent famines, had been largely forgotten. Out of these developments, the destabilising strategy adopted by Al Qaida in North Africa clearly emerged.

Italy itself, with its arrivals in Lampedusa, was not immune from the uncertain and questionable effects of this “Mediterranean tsunami”, the only certain outcomes of which were, once again, the suffering and pain caused to people, especially children.

There, in Lampedusa, we were at the forefront to receive those unaccompanied foreign minors entrusted to the sea in the hope of a better future.

Used as we are to travel the world in order to allow the poorest children to stay in their own countries close to their loved ones and families, it is impossible to describe our sadness in listening to the stories of thousands of refugees and in trying to get rid of the dismay and fear in their eyes. The economic grip that is hitting also our country did not help, despite the support of our donors being as always persistent and generous even when the average Italian family increasingly struggles to manage its balance.

The smile of the four hundred thousand children that we managed to reach again this year fills us with pride and gives us the impetus to be once again optimist and find the strength to carry on.

Nota metodologica

Siamo arrivati alla quinta edizione del Bilancio Sociale di **Terre des Hommes Italia**. Il focus è sull'anno solare 2011 (1 gennaio – 31 dicembre) ma in diversi casi si è fatto riferimento ai dati degli esercizi precedenti per cogliere in modo dinamico il percorso dell'organizzazione.

Il bilancio sociale è stato stampato nel mese di ottobre 2012 in 500 copie distribuite in occasione del Child Guardian Award. Una sintesi di bilancio viene inoltre spedita in 16.000 copie, attraverso il periodico **Terre des Hommes Italia News** ai nostri donatori e sostenitori.

Il bilancio è disponibile in internet, in formato PDF nella pagina del sito web: www.terredeshommes.it/news-e-media/download

Ulteriori informazioni relative allo stesso possono essere richieste all'indirizzo mail: comunicazione@tdhitaly.org

Presso la sede sono inoltre disponibili per varie informazioni di carattere sociale i referenti:

- Paolo Ferrara: responsabile raccolta fondi e comunicazione
- Rossella Panuzzo: responsabile ufficio stampa

Nel processo di elaborazione del Bilancio Sociale di Terre des Hommes 2011 sono state applicate le indicazioni di massima di 3 organismi:

- I principi guida del GBS (Gruppo di studio per il Bilancio Sociale);
- I principi emanati dal progetto CSR-SC (Corporate Social Responsibility – Social Commitment) promosso dal Ministero del lavoro, della salute e delle politiche sociali;
- Le indicazioni del GRI (Global Reporting Initiative).

Il bilancio sociale, ispirandosi ai principi cardine del GBS, risulta essere:

Trasparente	Tutti i destinatari sono posti in condizione di comprendere il procedimento di rilevazione, riclassificazione e formazione dello stesso e dei dati in esso contenuti
Inclusivo	Dà voce direttamente o indirettamente a tutti gli stakeholder identificati
Coerente	Fornisce una descrizione esplicita della conformità delle politiche e delle scelte del management ai valori dichiarati
Neutrale	È imparziale ed indipendente da interessi di parte o da particolari coalizioni
Prudente	Gli effetti sociali positivi e negativi sono rappresentati in modo tale da non sopravvalutare il quadro della realtà organizzativa e della sua rappresentazione. Quelli che si riferiscono a valori contabili sono indicati in base al costo
Comprensibile e chiaro e omogeneo	Tutte le espressioni quantitative monetarie devono essere espresse nell'unica moneta di conto
Verificabile e attendibile nell'informazione	Le informazioni desumibili dal bilancio sociale si ritengono scevre da errori

Terre des Hommes rispetta i principi guida del *Global Compact* derivati dalla:

- Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo (1948)
- Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro sui Principi e i Diritti Fondamentali nel Lavoro (1998)
- Dichiarazione di Rio sull'Ambiente e lo Sviluppo (1992)
- Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione (2000)

Nel suo operato si attiene ai principi espressi dalla Convenzione sui Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza (1989). Come Organizzazione Non Governativa (ONG) riconosciuta dal Ministero degli Affari Esteri, Terre des Hommes è tenuta al rispetto della legge 49/1987.

Il miglioramento continuo

Con il bilancio sociale Terre des Hommes ha inteso iniziare un percorso virtuoso di miglioramento continuo sulla falsariga del ciclo di Deming (o PDCA – Plan Do Check Act), attraverso l'identificazione degli obiettivi di miglioramento e la verifica del grado di raggiungimento degli stessi, intendendo il Bilancio Sociale come un momento di autovalutazione e analisi dei risultati.

PLAN > PROGRAMMAZIONE DEI MIGLIORAMENTI
PROGRAMMING OF IMPROVEMENTS

DO > ESECUZIONE - IMPLEMENTATION

CHECK > STUDIO E RACCOLTA DEI RISULTATI
STUDY AND RESULT COLLECTION

ACT > MIGLIORAMENTO DEL PROCESSO
PROCESS IMPROVEMENT

Methodological notes

The fifth edition of **Terre des Hommes'** Social Report continues the communication process started in 2007 and it covers the calendar year 2011 (1 January – 31 December). In order to allow a better understanding of the historic evolution of the organisation, reference is occasionally made to figures from the balance of the previous years.

500 copies of the Social Report were printed in the month of Oct. 2012, on the occasion of the Child Guardian Award. Our donors and supporters also receive a synthesis of the balance, that was sent in 16,000 copies by way of the bulletin **Terre des Hommes Italia News**.

The balance can be consulted in PDF format on the internet at the following website: www.terredeshommes.it/news-e-media/download

Further information on the balance can be obtained by writing to: comunicazione@tdhitaly.org

Information of a social nature can also be sought from the following members of staff:

- Paolo Ferrara: responsible for fund raising and communication
- Rossella Panuzzo: responsible for the press office

The 2011 edition of the Social Balance was prepared following the guideline of three organisations:

- The GBS (Gruppo di studio per il Bilancio Sociale) guiding principles;
- The principles identified within the CSR-SC project (Corporate Social Responsibility – Social Commitment), promoted by the Ministry of Labour, Health and Social Policies;
- The directions suggested by GRI (Global Reporting Initiative).

Inspired by the GBS main principles, the Social Report is:

Transparent	All readers are placed in a position to understand the survey, reclassification and generation procedures adopted as well as the data contents
Inclusive	It directly or indirectly gives voice to all identified stakeholders
Coherent	It provides an explicit account of how policies and managers' choices comply with declared values
Neutral	It is impartial and independent from vested interests or particular coalitions
Cautions	The positive and negative social effects are pictured in a way that does not over-evaluate the organisation's reality and representation. Accounting values are indicated on a cost basis
Clear, comprehensible and homogeneous	All quantitative monetary values are expressed in the same currency used for calculation
Verifiable and reliable in its information contents	Information that can be inferred from the Social Balance is free from errors

Terre des Hommes respects the *Global Compact* guiding principles that derive from:

- The universal declaration of human rights (1948)
- The International Labour Organisation's declaration on fundamental principles and rights at work (1998)
- The Rio declaration on environment and development (1992)
- The United Nations convention against corruption (2000)

In its actions, Terre des Hommes conforms to the principles expressed in the Convention on the rights of the child (1989). As a Non Governmental Organisation recognised by the Italian Ministry of Foreign Affairs, TDH is held to comply with the law 49/1987.

Continuous improvement

With the publication of yearly Social Report, Terre des Hommes follows a virtual process of continuous improvement based on the Deming cycle model (or Plan Do Check Act, PDCA). Through the identification of improvement objectives and the verification of their achievement, the Social Balance is understood as an opportunity for self-evaluation and result assessment.



Indice

Introduzione al Bilancio Sociale	3	Introduction to Social Report	3
Nota metodologica	4	Methodological notes	4

Chi siamo

Missione sociale	7	Social Mission	7
Una Federazione per i bambini	9	A Federation for Children	9
Organigramma Funzionale	10	Organisational Chart	10
Carta d'Identità	11	Identity Card	11

Cosa facciamo

IO Proteggo i Bambini	13	The "I Protect Children" campaign	13
Attività 2011	16	2011 Activities	16
Sostegno a distanza	17	Child Sponsorship	17
Child Guardian Award	18	Child Guardian Award	18
Aziende	19	Enterprises	19
Un nuovo 'Faro' a Lampedusa	22	A new 'Lighthouse' in Lampedusa	22
Due asili alla Casa del Sole di Managua	24	Two nurseries at the House of Sun in Managua	24

I nostri progetti

I progetti nel mondo	27	Our projects worldwide	27
Obiettivi di miglioramento	28	Improvement Objectives	28
Indicatori d'efficienza	30	Efficiency Indicators	30
Sintesi dei dati economico-finanziari	32	Economical and Financial Data and Indicators	32

Come aiutarci	35		
---------------	----	--	--

Index

Introduction to Social Report	3
Methodological notes	4

Who we are

Social Mission	7
A Federation for Children	9
Organisational Chart	10
Identity Card	11

What we do

The "I Protect Children" campaign	13
2011 Activities	16
Child Sponsorship	17
Child Guardian Award	18
Enterprises	19
A new 'Lighthouse' in Lampedusa	22
Two nurseries at the House of Sun in Managua	24

Our projects

Our projects worldwide	27
Improvement Objectives	28
Efficiency Indicators	30
Economical and Financial Data and Indicators	32

Chi siamo Who we are



Missione sociale

“Finché un solo bambino rimarrà affamato, malato, abbandonato, infelice e sofferente, chiunque sia, dovunque sia, il movimento Terre des Hommes, creato per questo scopo, si impegnerà per il suo immediato e completo soccorso”.

Le poche e semplici parole della carta stilata da Edmond Kaiser nel 1960 racchiudono la missione di Terre des Hommes: proteggere i bambini, assicurare loro il godimento dei diritti fondamentali, offrire un sostegno attivo che possa generare un cambio positivo delle loro condizioni di vita e – di conseguenza – di tutta la società.

Nelle pagine di questo bilancio sociale vogliamo raccontarvi come quotidianamente donne e uomini animati dallo stesso impegno per la difesa dei diritti dei bambini lo trasformino in progetti concreti, di come continui a guidare le nostre campagne per la Protezione dei diritti dell'infanzia, di come, soprattutto, quella stessa missione e il sogno di un mondo libero dalla violenza e dallo sfruttamento rivivano, ogni giorno, nei sorrisi e nelle speranze di migliaia di bambini e delle loro famiglie. Sono loro i nostri principali stakeholder.

Social Mission

“For as long as a child is at risk of hunger, sickness, abandonment, misery, persecution or of any such difficulty, the Terre des Hommes movement, created with this goal, will devote itself to his immediate rescue”.

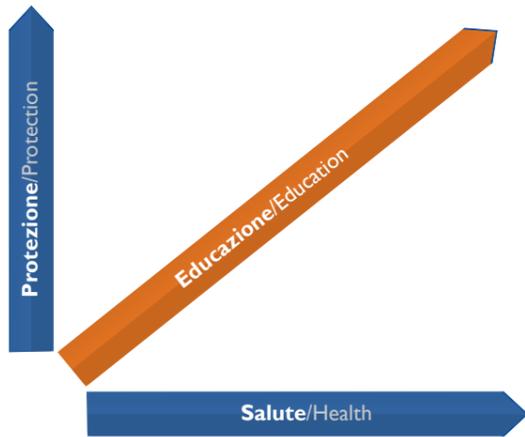
These few and simple words of the charter written by Edmond Kaiser in 1960 embrace Terre des Hommes' mission: to protect children, ensure the fulfilment of their fundamental rights, offer active support that will favour positive change in living conditions for them and -by extension- for society as a whole.

In the pages of this social report we want to tell you how women and men moved by a shared commitment to protect child rights attempt to translate it on a daily basis into concrete projects, how it guides our campaigns for the protection of child rights, and most importantly how that same mission and vision of a world free from violence and exploitation relive every day in the smiles and hopes of thousands of children and their families. They are our most important stakeholders.



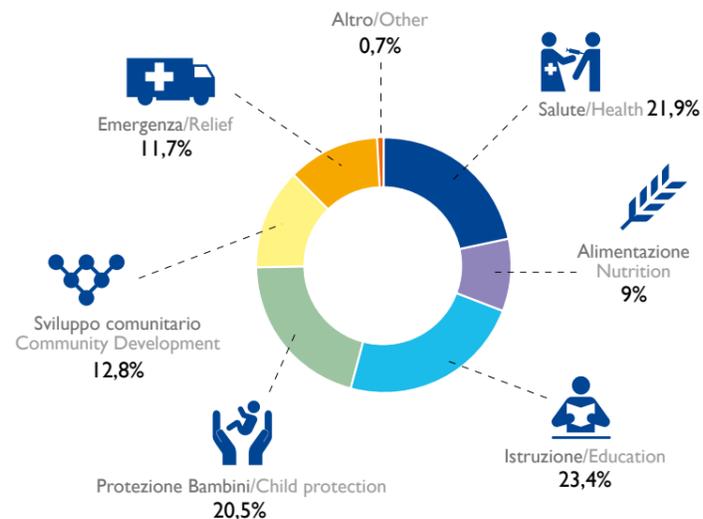
* Il processo d'identificazione degli stakeholder (portatori di interesse) maggiormente rilevanti della per l'ong ha coinvolto i rappresentanti delle varie funzioni all'interno della fondazione. Per farlo è stato distribuito un questionario che ha permesso l'elaborazione di una matrice influenza/interesse secondo il modello del Copenhagen Institute. La capacità di influenza dei singoli portatori di interesse è determinata da più fattori, quali dimensione, rappresentatività, risorse attuali e potenziali, conoscenze e competenze specifiche, e collocazione strategica. Il livello di interesse è stabilito dalle iniziative di pressione che gli stakeholder possono mettere in campo.

* The identification process of the ngo's main stakeholders saw the involvement of representatives from different functions within the foundation. A questionnaire was distributed for the elaboration of a matrix of influence/interest in line with the model of the Copenhagen Institute. The influence of individual stakeholders is the result of multiple factors such as size, representativeness, effective and potential resources, specific knowledge and competence, strategic positioning. Their interest derives from the lobbying initiatives that they are able to promote.



Salute, educazione e protezione: sono queste le tre assi principali dell'azione di Terre des Hommes. Nel 2011 a questi tre macrosettori d'intervento sono stati destinati più del 75% dei fondi. Se aggiungiamo anche la parte dell'emergenza e quella della nutrizione – che si focalizzano principalmente sugli aiuti e le cure ai bambini e alle famiglie con bambini, si arriva all'87,2% dei fondi. L'altro 12,8% è destinato a progetti di sviluppo comunitario che coinvolgono villaggi e famiglie, aprendo la strada a un migliore futuro per le nuove generazioni.

Health, education and protection: these are the main lines of Terre des Hommes' action. More than 75% of the budget was devoted to these macro-sectors of intervention in 2011. If we consider also relief and nutrition activities providing assistance and care to children and families with children, the portion raises to 87.2% of the budget. The remaining 12.8% is used for community development projects for villages and families, which pave the way to a better future for new generations.



Ripartizione e spese nei progetti per settore d'intervento nell'anno 2011
Allocation of projects expenditure per sectors of intervention in 2011

Una Federazione per i bambini

Dall'urgenza di un soccorso immediato a tutti i bambini che soffrono, nel 1960 a Losanna nasce Terre des Hommes, su iniziativa di Edmond Kaiser, giornalista e attivista svizzero. Sei anni più tardi, riunendo i vari movimenti nazionali che erano sorti in Europa, si costituisce la Federazione Internazionale Terre des Hommes. Oggi è un network di 10 organizzazioni con sede centrale in Canada, Danimarca, Francia, Germania, Italia, Lussemburgo Paesi Bassi, Spagna e Svizzera. In quest'ultima è presente la **Fondation Terre des Hommes** di Losanna e **Terre des Hommes Schweiz/Suisse** a Ginevra.

Complessivamente nel 2011 i membri della Federazione Terre des Hommes hanno portato avanti 1.043 progetti di aiuto umanitario d'emergenza e cooperazione internazionale allo sviluppo in 72 paesi, gestendo un budget di oltre 120 milioni di euro. 390 persone lavorano nelle diverse sedi e più di 2.700 persone nei progetti sul campo, che hanno avuto come beneficiari diretti quasi 3 milioni di bambini e adulti.

In quest'anno la Federazione ha adottato un Piano Strategico per migliorare il funzionamento interno e l'impatto dei suoi progetti. Questo piano ha l'obiettivo di rinforzare l'identità comune tra i membri, sviluppare progetti congiunti, razionalizzare le attività di advocacy e aprirsi a nuovi partner in maniera innovativa.

Tra gli eventi organizzati nel 2011 spicca il convegno del 26 maggio al Parlamento Europeo di Bruxelles, col titolo: "Bambini migranti europei: quale protezione?" In quella occasione è stata presentata una ricerca sul campo sui bambini bulgari che vivono in strada nelle città greche, in particolare a Salonicco.

Per maggiori informazioni sull'attività delle Federazione Internazionale, consultate il sito www.terredeshommes.org.

A Federation for children

Out of the urgent need to provide immediate relief to all suffering children, Terre des Hommes was established in 1960 in Lausanne, under the initiative of the Swiss journalist and activist Edmond Kaiser. Six years later, the International Terre des Hommes Federation grouped together the various national movements that had seen the light in Europe. Today, this is a network of 10 organisations based in Canada, Denmark, France, Germany, Italy, Luxemburg, the Netherlands, Spain and Switzerland. In this last country, the **Fondation Terre des Hommes** is based in Lausanne whereas **Terre des Hommes Schweiz/Suisse** in Geneva.

In 2011 member organisations of the Terre des Hommes Federation jointly managed 1,043 relief and development projects in 72 countries, administrating a total budget of over 120 million Euros. 390 people worked in the various head offices and over 2,700 in field projects providing direct assistance to almost 3 million children and adults.

During this year the Federation adopted a Strategic Plan to improve internal functioning and project impact. The plan aims at reinforcing the shared identity of members, developing joint projects, streamlining advocacy activities and opening up to new partners in innovative ways.

The conference held at the European Parliament in Brussels on 26 May under the title "European migrant children: what protection?" stands out among events promoted in 2011. On this occasion, a field-based study was presented about Bulgarian children living on the streets of Greek cities such as Salonika.

More information on the activities of the International Federation is available at www.terredeshommes.org.

I valori fondanti del Codice Etico di Terre des Hommes

- I diritti dell'infanzia come motore dell'azione
- L'aiuto concreto e diretto alle popolazioni locali e la collaborazione con partner scelti
- L'imparzialità, la neutralità e l'indipendenza dell'azione umanitaria
- La promozione dell'uguaglianza e delle pari opportunità
- La promozione di uno sviluppo duraturo
- Il rispetto delle culture locali e la promozione delle risorse locali
- L'onestà nella comunicazione
- La militanza e la professionalità dei propri operatori
- L'attenzione alla provenienza dei fondi
- La diversificazione dei donatori
- La trasparenza nella gestione dei fondi
- La promozione di un'ampia base popolare
- La promozione del volontariato attivo

Terre des Hommes' Ethical Code: Founding values

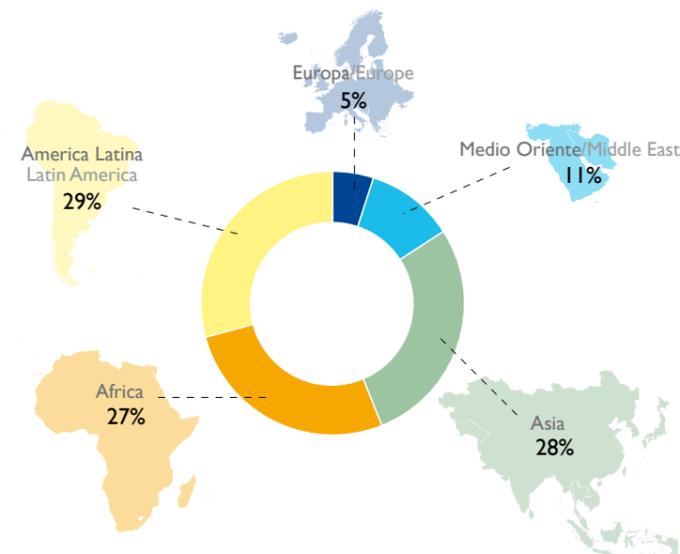
- Child's rights as the basis for action
- Concrete and direct aid to local populations and collaboration with chosen partners
- Impartiality, neutrality and independence of humanitarian actions
- Promotion of egalitarianism and equal opportunities
- Promotion of durable development
- Respect of local cultures and promotion of local resources
- Honest communication
- Commitment and professionalism of staff
- Attention to the origin of funding
- Diversification of donors
- Transparency in the management of funds
- Promotion of popular support
- Encouragement of active voluntary service

Per visionare il Codice Etico di Terre des Hommes visita il sito
 To read Terre des Hommes' Ethical Code (in italian) please visit the webpage

www.terredeshommes.it/chi-siamo/i-nostri-valori

Destinazione Fondi TDHIF per area geografica

TDHIF Project expenditure by Geographical Area

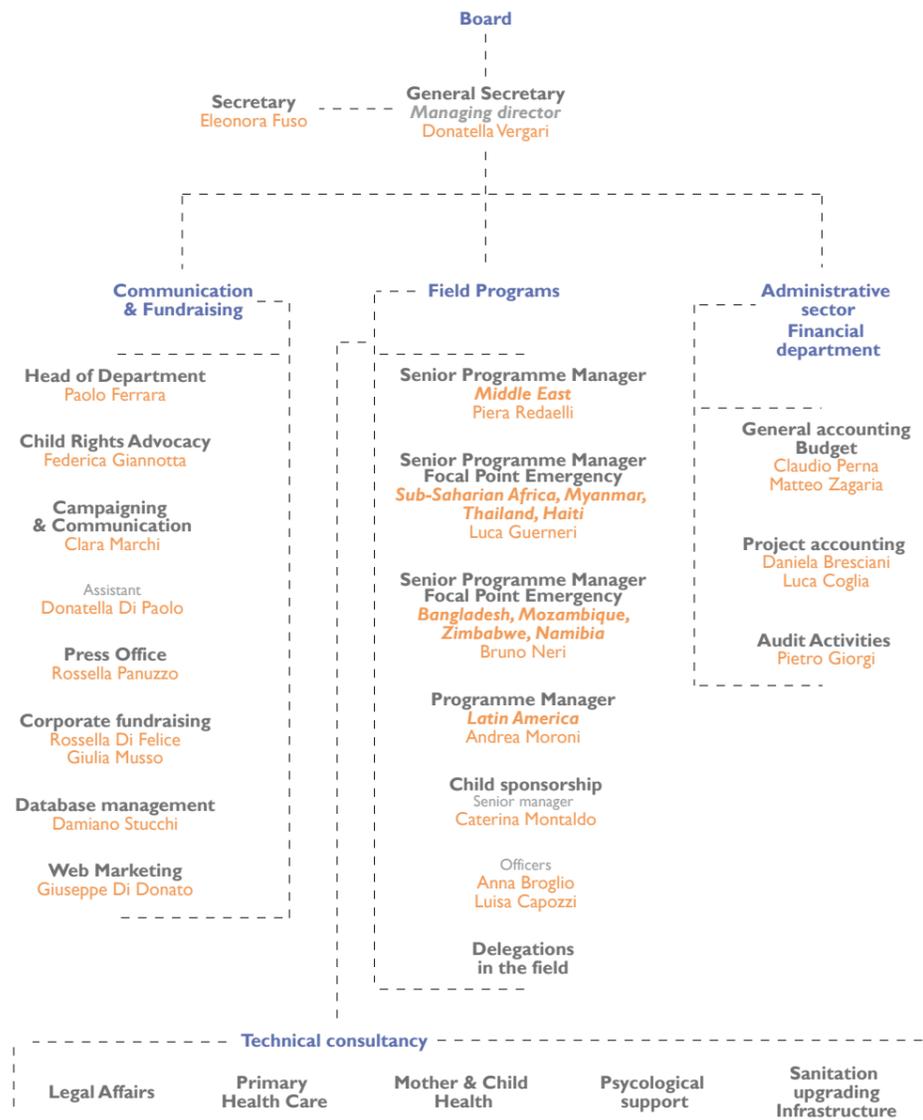


Consiglio internazionale International Board

- Presidente Chair**
Raffaele K. Salinari
- Vicepresidente Vice-Chair**
Albert Jaap van Santbrink
Terre des Hommes Netherlands
- Tesoriere Treasurer**
Jean-Luc Pittet
Terre des Hommes Switzerland
- Brendan Cavanaugh
Terre des Hommes, Canada
- Bruno Neri
Terre des Hommes Italia
- Didier Prince-Agbojjan
Terre des Hommes France
- Danuta Sacher
Terre des Hommes Germany

Organigramma Funzionale

Organisational chart



Personale Staff

Volontari Volunteers

ITALIA/ITALY
 Dipendenti/Employees 9
 Co.Co.Pro./Associate Staff 10

150 in tutta Italia, 29 in sede a Milano
 150 all over Italy, more than 29 in Milan head office

Ore erogate da volontari e stagisti/Working hours volunteers and interns

ESTERO/OVERSEAS 27

3.812 Volontari/Volunteers + 4.040 Stage/Stagists

= 7.852

X 10,66€ Costo orario minimo
 Hourly lowest salary

OPERATORI LOCALI
 LOCAL PERSONNEL 900+

= 83.702 €

Valore economico ore gratuite
 Monetary value of the free labour

Carta d'Identità

Identity Card



Coordinamenti, forum e tavoli di lavoro Joint initiatives, fora and coordination tables

CONCORD, ECOSOC, World Social Forum, World Economic Forum, Coalición Colombiana Contra la Tortura, Monitoring Committee on the law against child sexual exploitation and traffic.
 CONCORD, ECOSOC, World Social Forum, World Economic Forum, Coalición Colombiana Contra la Tortura, Monitoring Committee on the law against child sexual exploitation and traffic.

“Sbilanciamoci”, “Coerenza delle Politiche” degli Stati Generali della Cooperazione, Comitato italiano di monitoraggio della Convenzione per i diritti dell’infanzia (CRC), Comitato per la Promozione e Protezione dei Diritti Umani, Coordinamento Palestina, Osservatorio sull’AIDS, PIDIDA (Coordinamento per i diritti dell’infanzia e dell’adolescenza), Coalizione Stop all’uso dei bambini soldato, Campagna LasciateCIEntrare.
 “Sbilanciamoci”, “Coerenza delle Politiche” of the Stati Generali della Cooperazione, Italian committee for the monitoring of the UN Convention on the Right of the Child (CRC), Committee for the Promotion and Protection of Human Rights, Coordinamento Palestina, AIDS Observatory, PIDIDA (network for child and youth rights), Coalition “Stop the Use of Child Soldiers”, LasciateCIEntrare Campaign.

Manuali adottati / Manuals adopted

Manuale di gestione delle sedi all'estero; manuale di procurement; modello organizzativo ex Dlgs 231; Documento Programmatico per la sicurezza. Overseas Delegation Operating Manual; Procurement Manual; Organisational model ex Dlgs 231; Programmatic Document on safety.

Codici e linee guida / Codes and guidelines

Guidelines dell'Inter-Agency Standing Committee (IASC); Minimal standards dell'Inter-Agency Network for Education in Emergencies (INEE); Community-Based Rehabilitation

(CBR) Joint Position Paper 2004 di ILO UNESCO WHO; Manuale SPHERE (standard di risposta alle emergenze umanitarie); Codice di Condotta del movimento Internazionale della Croce Rossa e Mezzaluna Rossa per le ONG internazionali.

Inter-Agency Standing Committee (IASC) Guidelines; Inter-Agency Network for Education in Emergencies (INEE) Minimal standards; Community-Based Rehabilitation (CBR) Joint Position Paper 2004 of ILO UNESCO WHO; SPHERE manual (response standards for humanitarian emergencies); International Red Cross and Red Crescent Code of Conduct for international NGOs.

Cosa facciamo

What we do



IO Proteggo i Bambini

La nostra sfida, sempre.



I Protect Children

Our challenge, always.

L'impegno costante di Terre des Hommes a protezione dell'infanzia si traduce anche quest'anno nella campagna istituzionale "IO Proteggo i Bambini", che nella sua edizione 2011 è stata ancora più ricca di iniziative.

Terre des Hommes' ongoing commitment to protect children led to a new edition of the institutional campaign "I Protect Children", which in 2011 was even richer than in previous years.

Il 19 aprile è stato presentato a Milano, nel corso di una tavola rotonda alla presenza delle istituzioni locali presso la Mediateca di Santa Teresa, il kit "IO Mi Proteggo": strumenti a misura di bambino per la prevenzione della violenza.

On 19 April the "I Protect Myself" kit offering child-friendly tools for violence prevention was presented during a round table, attended by local institutions, in the Santa Teresa multimedia library in Milan.

Il manuale intitolato "La Prevenzione è la chiave", destinato ai genitori e agli educatori, e i 5 piccoli spot in animazione di "Mimi Fiore di Cactus e il suo porcospino" sono i materiali del Kit, concepiti per aiutare i bambini a dire NO nelle situazioni di rischio.

The "Prevention is Key" handbook for parents and teachers and the 5 short cartoon spots "Mimi Cactus Flower and His Porcupine" are part of the Kit, and have been conceived to help children to say NO when they face risk situations.

Sul sito www.ioproteggoibambini.it dedicato a grandi e piccini, inoltre, tanti suggerimenti, consigli, video e contenuti speciali sulla prevenzione della violenza in famiglia, a scuola, in comunità e in relazione ai media.

The website www.ioproteggoibambini.it further provides children and adults with ideas, advice, videos and special contents on violence prevention within families, at school, in the community and in relation to the media.

A ottobre, con una Conferenza stampa al Palazzo delle Stelline a Milano, Terre des Hommes ha lanciato la Campagna "IO Proteggo i bambini".



In October, Terre des Hommes launched the "I Protect Children" Campaign with a Press Conference at the Palazzo delle Stelline in Milan.

All'interno della campagna, Terre des Hommes ha presentato la prima edizione di "TOTEM- I bambini della tribù dei media©" al Palazzo delle Stelline di Milano. Due giorni di laboratori e attività sui media, tradizionali e nuovi, dedicati ai bambini delle scuole elementari e medie, agli insegnanti, ai genitori e ai professionisti della comunicazione, e curati da alcune tra le migliori organizzazioni che, a Milano, si occupano di *media education* e di attività nelle scuole.

Within the Campaign, Terre des Hommes presented the first edition of "TOTEM- Children of the media tribe©" at the Palazzo

L'anteprima dell'evento era stata presentata nei Chiostri dell'Umanitaria a settembre, in occasione della Social Media Week, il primo festival della rete in Italia, che si è svolto in contemporanea in molte città del mondo. Lo staff di Terre des Hommes ha proposto a tutti i presenti il test "Dinosauri 2.0", ricco di domande coinvolgenti e disegnato per individuare i comportamenti dei genitori verso i nativi digitali.

delle Stelline in Milan. Two days of workshops and activities on new and traditional media were held for children from primary and middle schools, teachers, parents and communication professionals, and were designed by one of Milan's leading organisations dealing with media education for schools.

TOTEM ha rappresentato un'opportunità per affrontare temi

This event had been previewed in September in the Cloisters of l'Umanitaria, during the Social Media Week. The first festival of this network in Italy simultaneously took place in many cities worldwide. Terre des Hommes staff presented to all those attending the test "Dinosaurs 2.0", full of enthralling questions and designed to identify parents' behaviour towards digital natives.

TOTEM offered an opportunity to tackle some extremely



TOTEM

di Terre des Hommes

I BAMBINI

DELLA TRIBU

DEI MEDIA

di grande attualità, come la sicurezza on line e l'imprescindibile diritto di ogni bambino a vivere con consapevolezza e responsabilità la propria cittadinanza digitale.

TOTEM si è rivolto anche ai ragazzi più grandi, studenti di due classi del Liceo Linguistico Manzoni di Milano, con un laboratorio per la realizzazione di un'agenzia di stampa, a cura della giornalista Agnese Malatesta dell'ANSA di Roma, e ai giornalisti, con il seminario "Minacce Virtuali e opportunità reali - bambini e nuovi media" in collaborazione con l'OssCom (Osservatorio sulla Comunicazione), Centro di ricerca sui media e la comunicazione dell'Università Cattolica e la Fondazione Ugo Bordoni.

Tutto l'evento è stato reso possibile grazie al sostegno di Fondazione Cariplo, Google, Vodafone Italia, Fondazione Ugo Bordoni, Corecom Regione Lombardia e Ria & Partners, mentre Media partner sono stati Famiglia Cristiana, il Giomalino, ANSA e TVN Mediagroup.

A Novembre la cena di raccolta fondi al Galata Museo del Mare di Genova originariamente programmata a sostegno della Campagna "IO Proteggo i Bambini", in seguito all'alluvione che ha colpito la città, è stata trasformata in un evento di beneficenza a favore della scuola per l'infanzia Chighizola, gravemente danneggiata.

L'iniziativa benefica, nata da un'idea di Amira e Aibes, ha visto la collaborazione con Votre Chef, Associazione Promotori Musei del Mare Onlus, Mu.MA Istituzione Musei del Mare, Costa Edutainment e la Cooperativa Solidarietà e Lavoro e il patrocinio e il sostegno del Comune di Genova. A seguire, il 19 novembre, in occasione della Giornata Mondiale per la Prevenzione dell'Abuso sui Bambini, si è tenuta per le vie del centro città, una passeggiata di sensibilizzazione organizzata da Terre des Hommes insieme al Comune di Genova e ai Podisti da Marte.

A dicembre, Federica Giannotta, responsabile Diritti dei Bambini di Terre des Hommes, nell'ufficio di rappresentanza del sindaco di Genova, ha consegnato a Marta Vincenzi e all'assessore Paolo Veardo un assegno del valore di 8.550 euro, ricavato dalla raccolta dei due eventi di Genova, fondi destinati da Terre des Hommes al ripristino di attrezzature e materiale didattico della scuola Chighizola.

La Campagna IO Proteggo i bambini ha beneficiato, come ogni anno, della raccolta fondi tramite sms solidale. Dal 25 ottobre al 20 novembre, inviando un sms al 45501 si è potuto donare 2 o 5 euro per aiutare Terre des Hommes a combattere ogni forma di abuso sui minori. I proventi (119.687,50 euro) hanno finanziato le attività di Terre des Hommes a protezione dell'infanzia in Perù (bambini lavoratori), Mozambico (bambini di strada) e Mauritania (minori in conflitto con la legge).



hot issues, such as online safety and the non renounceable right of every child to exercise digital citizenship with awareness and responsibility.

TOTEM also addressed older children, students in two classes of the Liceo Linguistico Manzoni in Milano, with a workshop for the creation of a press agency run by the journalist Agnese Malatesta from ANSA in Roma. Journalists were also targeted through the seminar "Virtual Threats and Real Opportunities - Children and The New Media" in collaboration with OssCom (Observatory for Communication), a research centre on media and communication of the Università Cattolica, and the Ugo Bordoni Foundation.

The entire event was made possible thanks to the support of Cariplo Foundation, Google, Vodafone Italy, Ugo Bordoni Foundation, Corecom Regione Lombardia and Ria & Partners, whereas Famiglia Cristiana, il Giomalino, ANSA and TVN Mediagroup acted as media partners.

The fundraising dinner held at the Galata Sea Museum of Genova in November had been originally planned in support of the "I Protect Children" Campaign. Instead, after floods hit the city, it was transformed into an event in favour of Chighizola, a seriously damaged nursery.

This initiative, inspired by an idea of Amira and Aibes, saw the collaboration of Votre Chef, Associazione Promotori Musei del Mare Onlus, Mu.MA Istituzione Musei del Mare, Costa Edutainment and the Cooperative Solidarietà e Lavoro, with support from the Municipality of Genoa. On 19 November, World Day for the Prevention of Child Abuse, an awareness raising march through the streets of the city centre was held, organised by Terre des Hommes together with the Municipality of Genoa and Podisti da Marte.

In December, Federica Giannotta, responsible for Child Rights at Terre des Hommes, handed over to Marta Vincenzi and to Councillor Paolo Veardo as official representatives of the city's Municipality a cheque worth 8,550 Euro. The funds, raised during the two events in Genova, were donated by Terre des Hommes for the restoration of equipment and educational material of the Chighizola nursery.

As every year, the Campaign "I Protect Children" benefitted from fundraising via SMS. By sending an SMS to 45501 between 25 October and 20 November, people could donate 2 or 5 Euro to help Terre des Hommes combat abuse against minors. The funds raised (119,687.50 Euro) went towards Terre des Hommes' activities for the protection of children in Peru (working children), in Mozambique (street children) and in Mauritania (children in conflict with the law).



Gli indicatori della comunicazione Communication indicators

Comunicazione personalizzate (via mail, lettera, telefono): >> **umentate**, con il nuovo processo di fidelizzazione a regime

Personalised communication (via email, mail, telephone): >> **increased**, the new loyalty marketing programme running smoothly

Rendicontazione diretta e documentale: >> **umentata**
Direct and documental reporting: >> **increased**

Bilancio Certificato: >> **umentata** diffusione tramite sito Internet, pubblicazione su Il Sole24Ore, notiziario, invio diretto e accessibilità piena in sede

Certified Balance: >> **increased** distribution via the website, publication in Il Sole24Ore, news, direct mailing and full accessibility at the headquarters

Bilancio sociale: >> pubblicato e diffuso in 500 copie (esaurite) e messa a disposizione una versione online completamente navigabile

Social report: >> **published and distributed in 500 copies (out of stock) and available as an online navigable document**

Newsletter mensile: >> 19.000 iscritti alla newsletter

Monthly newsletter: >> 19,000 newsletter subscribers

Terre des hommes Italia News: rimandata la modifica del format

Terre des hommes Italia News: **redesign of the format delayed**

Comunicazione online: >> 129.000 visitatori unici al sito e 16.000 iscritti alla pagina Facebook

Online communication: >> 129,000 first-time website visitors and 16,000 Facebook friends

Stampa, televisione, radio e outdoor: forte aumento della visibilità su TV, stampa e Internet

Press, television, radio and outdoor: **visibility on TV, press and internet strongly increased**

Rapporti con il territorio: aumentati gli eventi sul territorio e i momenti di incontro con istituzioni locali, scuole e stakeholder

Local outreach: local events and meetings with local authorities, schools and stakeholders increased

Sostegno a Distanza: < in calo le richieste a causa della crisi

Child Sponsorship: < as a result of the crisis, drop in requests

Attività 2011

2011 Activities

15 febbraio 15 February



Al Teatro Derby di Milano "Live For Haiti", concerto per i bimbi delle Case del Sole ad Haiti.
"Live For Haiti" at the Derby Theatre in Milan, a concert for the children of the Houses of Sun in Haiti.

22 aprile 22 April



Una serata di spettacolo e di solidarietà al Palamare di Genova per Haiti, organizzata da "Gli Amici del Tempo Libero" e "La Segreteria Artistica La Riviera".
Solidarity show at the Palamare in Genova for Haiti, organized by "Gli Amici del Tempo Libero" and "La Segreteria Artistica La Riviera".

7 settembre 7 September



Raul Cremona, Carla Signoris e Luigi Pelazza insieme per il nuovo spot per la Campagna "IO Proteggo i bambini" 2011, realizzato da Altavia Every e Bedeschi Film.
Raul Cremona, Carla Signoris and Luigi Pelazza together in the new ad for the "I Protect Children" 2011 Campaign, by Altavia Every and Bedeschi Film.

15 novembre 15 November



Al Galata Museo del Mare di Genova cena di raccolta fondi per la ricostruzione della scuola d'infanzia Chighizola, colpita dall'alluvione del 4/11/2011.
Galata Museo del Mare in Genoa, fundraising dinner for the rehabilitation of the Chighizola nursery, hit by the floods on 4/11/2011.

24 marzo 24 March



Nuovo lancio delle bomboniere solidali di Terre des Hommes, per essere al fianco dei bambini delle Case del Sole anche nelle occasioni speciali.
New launch of Terre des Hommes' special wedding gift items, to be close to the children of the Houses of Sun even on special occasions.

10 maggio 10 May



Lo spot per difendere i bambini dal grooming online ha vinto il Social Award di Pubblicità Progresso al 24 GranPrix Advertising Strategies di Pubblicità Italia.
The ad against online grooming won the Pubblicità Progresso Social Award at the 24th GrandPrix Advertising Strategies of Pubblicità Italia.

24-26 ottobre 24-26 October



"TOTEM- I bambini della tribù dei media©", il primo villaggio sulla media education ideato da una Ong al Palazzo delle Stelline, Mi.
"TOTEM- Children of the media tribe©", the first ever village for media education to be conceived by an NGO at Palazzo delle Stelline, Mi.

19 Novembre November



Per la Giornata Mondiale per la Prevenzione dell'Abuso sui Bambini, passeggiata di sensibilizzazione a Genova, con il Comune di Genova e i Podisti da Marte.
On the occasion of the World Day for the Prevention of Child Abuse, awareness raising march in Genoa, with the Municipality of Genoa and Podisti da Marte.

19 aprile 19 April



Alla Mediateca di Santa Teresa, a Milano, Terre des Hommes presenta il kit "IO Mi Proteggo": strumenti a misura di bambino per la prevenzione della violenza e degli abusi.
At Santa Teresa multimedia library in Milan Terre des Hommes launches the "I Protect Myself" kit: child-friendly tools for the prevention of violence and abuse.

3 giugno 3 June



Concerto di Gong per la pace a favore di Terre des Hommes all'Associazione Culturale Radici di Colognola ai Colli (VR).
Gong Concert for peace in favour of Terre des Hommes held by the Cultural Association Radici in Colognola ai Colli (VR).

3 novembre 3 November



All'Alcatraz di Milano a Rio, rock band capitanata da Fabio Mora e Marco Ligabue, dedicano l'apertura del loro tour alla Campagna "IO Proteggo i Bambini".
Alcatraz in Milan, the rock band Rio, led by Fabio Mora and Marco Ligabue, dedicate their tour opening concert to "I Protect Children" Campaign.

23 Dicembre 23 December



Terre des Hommes consegna al Sindaco di Genova Marta Vincenzi l'assegno per il ripristino di attrezzature e materiale didattico della scuola d'infanzia Chighizola.
Terre des Hommes hands over to the Genoa Mayor the cheque for the restoration of equipment and educational material of the Chighizola nursery.

SOSTEGNO A DISTANZA

Un gesto prezioso

CHILD SPONSORSHIP

A valued gesture



Thomas è un bambino sieropositivo di 6 anni, tre dei quali passati all'orfanotrofio di Nehanda, in Zimbabwe, dopo la morte di entrambi i genitori di AIDS. Questa struttura versava in gravi condizioni quando Terre des Hommes ha deciso di stanziare dei fondi per far sì che il centinaio di bambini ospiti, tra cui Thomas, potessero avere il necessario per crescere e andare incontro al futuro con fiducia. Oggi la sua vita è più serena, è diventato un bambino solare e socievole, gioca a calcio e fa parte della squadra di atletica della scuola. La sua salute è buona, avendo ricevuto delle cure adeguate alla sua sieropositività. Anche dal punto di vista scolastico, Thomas ci ha dato grandi soddisfazioni: le insegnanti sono molto contente del suo rendimento e dell'impegno che dimostra. Questo "piccolo miracolo" lo ha fatto una famiglia italiana, grazie a un formidabile strumento: il Sostegno (o Adozione) a distanza.

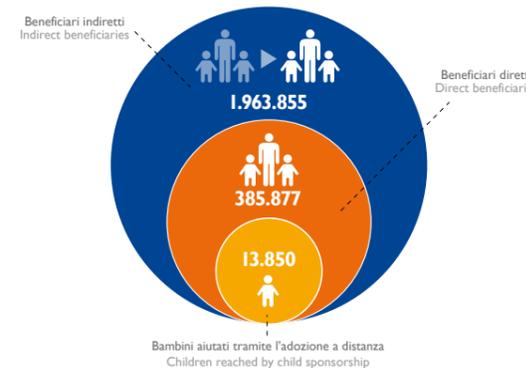
Esso ci avvicina a bambini che vivono lontano ma hanno grande bisogno del nostro aiuto. Sono i figli che non abbiamo avuto, i fratelli di quelli che abbiamo messo al mondo e che hanno diritto anche loro di vivere un'infanzia migliore a quella a cui sembra siano destinati. Attraverso l'adozione a distanza tutti possono contribuire a ristabilire quel diritto così importante e umano.

Continuate a proteggere i bambini insieme a noi. Ne abbiamo sempre più bisogno!

Thomas is a 6 year old HIV positive child who has been living for three years in the Nehanda orphanage, in Zimbabwe, following the loss of both his parents to AIDS. The orphanage was in very bad condition when Terre des Hommes decided to allocate some funds so that the hundred children living there, including Thomas, could have the means to grow up and face their future with hope. Today his life is happier, he has become a lively and sociable child, he plays football and is a member of the school's athletic team. His health is stable, having received the right care for his HIV-positive status. Thomas has given us great satisfactions also on the educational front: his teachers are very pleased with his results and efforts. This "small miracle" was made possible by an Italian family and thanks to a wonderful tool: Child Sponsorship (or Long Distance Adoption).

This tool brings us close to children who live far away, but are in great need of our help. They are the children we never had, brothers and sisters of those we gave birth to and who have the same right to a better life than what destiny has given them. Through long distance adoption everyone can contribute to restoring this essential human right.

Continue to protect children with us. We need your support more and more!



Beneficiari dei progetti nel 2011
Beneficiaries of projects in 2011

Child Guardian Award

Il premio per le pubblicità amiche dei bambini

Nel 2011 Terre des Hommes ha organizzato, in collaborazione con la Fondazione Pubblicità Progresso, la quarta edizione del Child Guardian Award, premio riservato alle campagne pubblicitarie che offrono l'immagine più corretta dei bambini, coniugando il rispetto dei diritti dell'infanzia con un linguaggio comunicativo efficace.



In 2011 Terre des Hommes organized, in collaboration with Fondazione Pubblicità Progresso, the fourth edition of the Child Guardian Award. This prize is given to advertising campaigns that offer a correct image of children, showing respect for child rights whilst also using effective communication. The initiative aims at raising

Child Guardian Award

A prize for child-friendly advertising

Vincitori 2011

Spot TV: Enel e Saatchi&Saatchi con lo spot "Sono i vostri sogni a darci energia"

Stampa e affissioni: Conservatorio G. Tartini di Trieste e Leonardo Servizi e Comunicazione con la Campagna: "Se i vostri ragazzi hanno la musica dentro è l'ora di tirarla fuori" (Menzione speciale Brevi e PG&W: "Fratellini d'Italia")

Web e altri mezzi: Miniconf (marchio I-DO) e LDB Advertising con la Campagna "Noi siamo Spettacolosì"

Premio Giuria dei Piccoli: Panini e 1861 United con lo spot tv vincitrice: "Le passioni si attaccano" (Menzione Speciale Pubblicità Italia: Ikea e 1861 United con lo spot tv: "Asilo")

Winners of the 2011

TV spots: Enel and Saatchi&Saatchi for the spot "Your dreams give us energy"

Press and poster campaigns: G. Tartini Music Academy of Trieste and Leonardo Servizi e Comunicazione for the Campaign: "If your children have music inside them it's time to let it out" (Special mention Brevi and PG&W: "Little Brothers of Italy")

Web and other channels: Miniconf (I-DO trademark) and LDB Advertising for the Campaign "We are Spectacular"

Children's Jury Prize: Panini and 1861 United for the TV spot: "Stick to your passions" (Special Mention Pubblicità Italia: Ikea and 1861 United for the TV spot: "Nursery")

Questo riconoscimento ha l'obiettivo di sensibilizzare aziende e agenzie di comunicazione sulla tutela dei diritti dei bambini in ambito pubblicitario, evidenziando le buone pratiche e condividendole con l'industria dei media, le aziende, le istituzioni e il mondo dei bambini.

Novità dell'anno il premio speciale per le Agenzie Pubblicitarie e i Creativi, assieme alla Menzione Speciale Pubblicità Italia, conferito dagli esperti di TVN Media Group. La giuria ha selezionato i vincitori tra 56 campagne, provenienti da 20 imprese dei più diversi settori e 9 agenzie di comunicazione. Un premio speciale è stato dato dalla Giuria dei Piccoli, riunita durante l'evento Totem. La premiazione si è svolta il 10 novembre nella prestigiosa Sala Alessi di Palazzo Marino, sede storica del Comune di Milano.

Il premio ha ricevuto il sostegno di partner quali Ria Grant Thornton, Fondazione Pubblicità Progresso, Fondazione Ugo Bordoni, Google, Vodafone e Corecom Lombardia e ha ricevuto il patrocinio della Presidenza del Consiglio dei Ministri, del Ministero dello Sviluppo Economico, del Ministero delle Pari Opportunità, del Ministero della Gioventù, di ANCI, del Comune di Milano e del Segretariato Sociale Rai.



awareness among companies and communication agencies about the protection of child rights in advertising, awarding good practices and sharing them with the media industry, the corporate sector, institutions and children.

Novelties of this year were the special prize for Advertising Agencies and Creators, and the Special Advertising Mention awarded by experts of TVN Media Group.

The jury selected the winners among 56 campaigns of 20 companies in different sectors and 9 communication agencies. A special prize was given by the Children's Jury that met during the Totem event. The prize-giving ceremony took place on 10 November in the prestigious Sala Alessi at Palazzo Marino, historical seat of the Municipality of Milan.

The prize was supported by partners such as Ria Grant Thornton, Fondazione Pubblicità Progresso, Ugo Bordoni Foundation, Google, Vodafone and Corecom Lombardia, under the patronage of the Italian President of the Council of Ministers, the Ministry for Economic Development, the Ministry for Equal Opportunities and Ministry of Youth, ANCI, Municipality of Milan and Rai Social Secretariat.

Aziende

Le aziende al nostro fianco

Il 2011 è stato un anno per molti versi difficile. Anche sul fronte delle partnership aziendali il clima di crisi e di incertezza diffusa ha determinato un calo delle donazioni. Molte aziende hanno però creduto nel nostro impegno e lo hanno condiviso con noi, aiutando in modo concreto ed efficace migliaia di bambini, le loro famiglie e le comunità in cui vivono, dando così un significato profondo e reale al termine "responsabilità sociale d'impresa". Queste alcune delle collaborazioni principali.

MAIN ADV

Il web 2.0 adotta una Casa del Sole

Nel 2011 la società di web marketing mainADV ha deciso di supportare una delle "Case del Sole" di Terre des Hommes Italia in Mozambico, in collaborazione con la comunità di Chinonanquila, donando 30.000 € a sostegno del progetto. "Vediamo in questo progetto un'importante possibilità di contribuire alla crescita sociale di popolazioni in evidenti difficoltà" - afferma Piero Pavone, co-fondatore dell'agenzia - e crediamo fortemente che soltanto con la cooperazione si possa dar vita a grandi progetti".

Fanno parte del progetto anche la realizzazione di un blog in inglese e portoghese, l'invio alla Casa del Sole di 3 computer che serviranno ad avviare un laboratorio informatico per i ragazzi, corsi di formazione in loco o a distanza e lo stage di un ragazzo presso la sede di mainADV.

GRUPPO REALCO SIGMA

La forza e la generosità dell'impresa

Gruppo Realco Sigma è una cooperativa di imprenditori che, nata come gruppo di acquisto collettivo, si è trasformata in un centro servizi per i propri soci. Nel 2000, in occasione della Festa della mamma, il Gruppo Realco Sigma ha iniziato un percorso di solidarietà dando un supporto costante agli interventi di Terre des Hommes, permettendo di sostenere progetti importanti anche nella Repubblica Democratica del Congo e in favore delle popolazioni indonesiane colpite dallo tsunami del dicembre 2004. Oggi il Gruppo Realco Sigma, attraverso il sostegno a distanza, si prende cura di ben 100 bambini, garantendo loro l'opportunità di crescere e studiare e di costruirsi una vita migliore.

Enterprises

Enterprises by our side

2011 was a difficult year, for many reasons. The economic crisis and a general climate of uncertainty brought a decrease in corporate partnerships and donations. Many enterprises, however, believed in our commitment and shared it with us, concretely and efficiently helping thousands of children, their families and communities, and giving a profound and true meaning to the term "corporate social responsibility". These are some of the main collaborations.

MAIN ADV

The 2.0 web adopts a House of Sun

In 2011 the web marketing company mainADV decided to support one of Terre des Hommes Italy's "Houses of Sun" in Mozambique, in collaboration with the community of Chinonanquila. 30,000 € were donated in favour of this project. "In this project we see an important opportunity to contribute to the social growth of populations in clearly difficult situations - says co-founder of the agency Piero Pavone - and we strongly believe that only cooperation can give light to great projects".

The project also foresees the realisation of a blog in English and Portuguese, the supply of the House of Sun with 3 computers to start up an IT lab for children, on-site or distant training courses, and an internship at mainADV's headquarters for one young candidate.

GRUPPO REALCO SIGMA

Entrepreneurial strength and generosity

Realco Sigma Group is a cooperative of entrepreneurs that was originally established as a collective buying group and later evolved into a service centre for its members. In 2000, on Mother's Day, the Realco Sigma Group engaged in a commitment of solidarity and started providing constant support to Terre des Hommes' actions. Important projects have thus been supported also in the Democratic Republic of Congo and in favour of Indonesian populations hit by the Tsunami in December 2004. Today, the Realco Sigma Group is taking care of 100 children through child sponsorship, ensuring they have the opportunity to grow up, study, and build a better life for themselves.



RIA Grant Thornton

I revisori partner storici della comunicazione a misura di bambino

Dal 2008 questa impresa sostiene, in qualità di main sponsor, il Child Guardian Award di Terre des Hommes, il premio dedicato alle campagne pubblicitarie che utilizzano l'immagine dei bambini coniugando il rispetto dei diritti dell'infanzia con un linguaggio comunicativo efficace. Protagonisti del premio sono le aziende e le agenzie pubblicitarie che fanno della responsabilità sociale d'impresa un punto fermo, anche quando comunicano, contribuendo a proteggere l'uso dell'immagine dei bambini a fini commerciali. RIA Grant Thornton si occupa, inoltre, delle attività di certificazione in loco dei progetti di Terre des Hommes nei vari paesi.



RIA Grant Thornton

Auditors and long-term partners for child-friendly communication

Since 2008, this firm have been the main sponsor supporting Terre des Hommes' Child Guardian Award, the prize for advertising campaigns that make use of images of children showing respect for child rights whilst also using effective communication. This prize gives visibility to companies and advertising agencies that apply the principles of corporate social responsibility even when they communicate, thus contributing to protect the use of

the image of children for commercial purposes. RIA Grant Thornton, moreover, is responsible for the on-site auditing of Terre des Hommes' projects in different countries.

Fondazione Vodafone

Accanto a Terre des Hommes per i bambini migranti

Nel giugno 2011, grazie al finanziamento della Fondazione Vodafone Italia, Terre des Hommes ha lanciato il Progetto FARO con il quale ha offerto un servizio di assistenza giuridica e legale ai minori stranieri non accompagnati e alle famiglie migranti con bambini, in arrivo a Lampedusa. Questo tipo di consulenza ha permesso ai beneficiari di orientarsi tra le procedure di accoglienza vigenti in Italia e di conoscere i diritti loro riconosciuti dalla legge italiana. Grazie alla donazione della Fondazione Vodafone Italia il servizio è stato assolutamente gratuito.



Fondazione Vodafone

At the side of terre des Hommes in favour of child migrants

In June 2011, thanks to funding from Vodafone Italy Foundation, Terre des Hommes started the LIGHTHOUSE Project, offering juridical and legal support to unaccompanied foreign minors and to migrant families with children arriving in Lampedusa. These services allowed beneficiaries to find their way through current bureaucratic procedures in Italy and to be informed of which rights are recognised to them by Italian law. Thanks to the donation from Vodafone Italy Foundation these services were offered completely free of charge.

Un grazie speciale a tutte le aziende, grandi e piccole, che ci hanno permesso anche nel 2011 di continuare e migliorare i nostri interventi a favore di migliaia di bambini:

888 Software Products, Adam & Partner Italia, Adriatica Commerciale Macchine, Alisei Parrucchieri, Altavia, Audioshop, Avi, Banca Marche (sindacato Falcri), Banca Monte dei Paschi di Siena, Banca Sistema, BankNord, Beta Software, Bip Business Integration Partners, Blu Fluid, Bowling new company, Byblos Stone, C.n.g.e.i., C.R. Appalti, Carrozzeria Centrale, CBA, Cegedim Italia, Chiocciola Immobiliare, Cigalini Gioielli, Cisco Photonics, Consul Credit, Crédit Agricole CIB, Credit Suisse, Crio Trans, D.A.S., Desiobank, Dima, Dipendenti Gallazzi, Ditta Comarcon, Ditta Conti, Econova Corporate, Ellania, Euro Immobili, Europolveri, E-Utile, EWI, F.lli Brioschi, Faliva, Fambri Camillo, Farahead Consulting, Fit Italia, Flamboyant Viaggi, Fulgea Slot, Ghelfi, Giannino Distribuzione, Giordano Gabriella, Google, Hr Capital, Iseo Serrature, Jakala, Jdm Design, Kc Fire, Kenwood Electronics Italia, La Matita di Pat, LC Fotografia e comunicazione, Magaldi industrie, Med Elettronica, Metano Impianti, Molnlycke Health Care, Nescom, Newclick di Stringaro & Colombo, Nico, Nuova P.D.M., Nuova Tecnica, Oclaro (North America) Inc., Odontolab, Officine Spera, Oracle Italia, Oscarfrigo, Overview, Pagano Costantino & Fratelli, Pibiviesse, Pricewaterhouse & Coopers, Progetto Edile Building, Qurius Italy, S.c.s. Young and Partners, Sacer, Saima Avendero, Sallemi Carburanti, Sopra Group, Spea Ingegneria Europea, Studio Legale Associato, Studio di Consulenza Tributaria e Societaria, Studio Spiniello Commercialisti Associati, Tecnogas, Tecnoprogetti, Termopponente, Tulip Food Company Italia, Usport, Valagro.

A special thank you goes to all the enterprises, large and small, that have allowed us to continue to improve our projects in favour of thousands of children also in 2011:

Cosa può fare la tua azienda per proteggere i bambini

Terre des Hommes da molti anni mette a disposizione delle aziende la sua esperienza per promuovere percorsi di Responsabilità Sociale d'Impresa e Marketing Sociale, basandosi su principi di trasparenza e mutuo beneficio, e offrendo a ciascuna azienda soluzioni su misura.

Diventare Azienda Member o Azienda Partner di Terre des Hommes significa farsi portavoce dei diritti dei bambini, attraverso azioni concrete quali:

- ▶ **L'adozione o la costruzione di una "Casa del Sole":** adottarne una significa garantire la realizzazione di tutte le attività che si svolgono a beneficio dei bambini. Costruire una Casa del Sole significa offrire a una comunità estremamente svantaggiata un punto di riferimento (spesso l'unico) in ambito sanitario, igienico, alimentare, educativo e formativo e l'opportunità di un futuro migliore e di uno sviluppo sostenibile e autonomo.
- ▶ **Il sostegno a distanza:** attraverso di esso si può cambiare per sempre la vita di un bambino permettendogli di accedere alla scuola, a un dispensario medico e alle vaccinazioni, a cibo adeguato e a un luogo dove giocare e sentirsi protetto.
- ▶ **Il sostegno a una campagna di sensibilizzazione:** significa combattere contro gli abusi sui bambini ("IO Proteggo i bambini"), per il diritto all'istruzione ("IO Sono presente") e molto altro ancora.
- ▶ **Azioni di cause related marketing:** è uno strumento per mettere i clienti al centro della scelta di responsabilità sociale dell'azienda. Le attività di cause related marketing vengono sviluppate ad hoc da Terre des Hommes in funzione del profilo, degli obiettivi aziendali e degli strumenti di comunicazione più adatti a realizzare un progetto di successo.
- ▶ **Donazioni liberali e donazioni di kit di protezione e cura, educativi e formativi, test clinici, medicinali e vaccinazioni.**
- ▶ **Raccolte fondi e raccolte punti.**
- ▶ **Iniziative Natalizie e regali solidali.**
- ▶ **Attività di staff involvement ... e molto altro ancora.**

What your company can do to protect children

Terre des Hommes has for many years been putting its experience at the service of enterprises who wish to promote Corporate Social Responsibility and Social Marketing, basing its work on principles of transparency and mutual benefit, and offering to each company tailor-made solutions.

Becoming Member Enterprise or Partner Enterprise of Terre des Hommes means becoming spokesperson of child rights through concrete actions, such as:

- ▶ **Adopting or building a "House of Sun":** adopting one of them means ensuring that all the activities they undertake can be carried out. Building a House of Sun means offering to an extremely disadvantaged community a point of reference (often the only one) in terms of health, hygiene, food security, education and training; it means providing the opportunity of a better future and a sustainable and independent development
- ▶ **Child Sponsorship:** through it the life of a child can be changed forever; allowing him/her to go to school, to access medical care and immunisations, adequate food and a place where to play and feel safe.
- ▶ **Support to an awareness raising campaign:** supporting through concrete actions one of Terre des Hommes' sensitization campaigns means combating child abuse ("I Protect Children"), supporting the right to education ("Target: school") and much more.
- ▶ **Cause related marketing actions:** are a tool to put clients at the core of a company's corporate social responsibility choices. Cause related marketing actions are purposely developed by Terre des Hommes on the basis of the profile, corporate goals and communication tools that are most suitable to ensure the success of a project.
- ▶ **Free donations and donation of kits for protection and care, education and training, clinical and medical tests, immunisations.**
- ▶ **Fundraising and point collections.**
- ▶ **Christmas initiatives and ethical gifts.**
- ▶ **Staff involvement activities... and much more.**

Vieni a trovarci sul sito www.terredeshommes.it per scoprire tutte le modalità di collaborazione.

Contattaci all'indirizzo aziende@tdhitaly.org o chiamaci al numero **02.28970418** per valutare insieme al nostro staff le modalità di collaborazione più adatte per la tua Azienda.

Visit us on www.terredeshommes.it to discover all the ways in which you can collaborate with us.

Contact us at aziende@tdhitaly.org or call us on **02.28970418**

to evaluate together with our staff the collaboration that best fits your Company.



Un nuovo 'Faro' a Lampedusa

A new 'Lighthouse' in Lampedusa



Durante la cosiddetta Primavera Araba e nei mesi successivi circa 3.000 minori sono sbarcati in Italia, la maggior parte a Lampedusa, mettendo a dura prova il sistema d'accoglienza del nostro Paese.

I due centri lampedusani di primo soccorso e accoglienza (Contrada Imbriacola e l'ex Base Loran) molto spesso erano pieni oltre al 120% della loro capienza massima. Qui bambini e ragazzi sono stati rinchiusi per una media di 40 giorni ciascuno, contro le 48 ore massime previste dalla legge.

A fronte di questa situazione grazie a un finanziamento della Fondazione Vodafone Terre des Hommes ha avviato da giugno a settembre 2011 un programma di assistenza legale per tutti i minori sbarcati a Lampedusa e per le famiglie con bambini, permettendo loro di orientarsi tra le procedure di accoglienza vigenti in Italia e conoscere i diritti a loro riconosciuti nel nostro Paese. Nel corso di soli tre mesi di attività ha informato 1.000 persone; le nostre operatrici hanno approfondito le storie di oltre 130 ragazzi ed è stato assunto il mandato per l'assistenza legale di 54 casi di minori stranieri non accompagnati.

Allo stesso modo la presenza di Terre des Hommes a Lampedusa ha permesso di denunciare attraverso i media le condizioni di vita dei minori nei centri: la loro detenzione prolungata, la promiscuità con gli adulti, un pericolo evidente per ragazzi che avevano spesso compiuto un viaggio sotto la continua minaccia di adulti criminali o di semplici compagni di disgrazia più violenti e maturi di loro.

E non è tutto. Le condizioni igienico sanitarie in entrambi i centri erano aberranti: latrine a cielo aperto al posto di servizi igienici, insetti, materassi sporchi e senza lenzuola e container bollenti dove venivano alloggiati. A peggiorare tutto ciò, il mare. Tremendamente vicino, con il suo rumore non dava tregua ai ragazzi che ne erano terrorizzati. Molti erano schiacciati dall'ansia, dalla paura, dai ricordi delle onde e della traversata in cui magari avevano perso un caro o



During the so-called Arab Spring and in the months thereafter about 3,000 minors arrived in Italy, most of them in Lampedusa, putting a hard strain on our country's reception system.

The island's two centres for first aid and shelter (Contrada Imbriacola and the former Base Loran) were often over 120% of their maximum capacity. Children and youths were held here for an average of 40 days each, against a maximum of 48 hours imposed by the law.

In order to face this situation and thanks to funding from Vodafone Foundation, between June and September 2011 Terre des Hommes started a programme offering legal support to all minors arriving in Lampedusa and to families with children. The programme allows them to find their way through Italy's intricate regulations for immigration and to be aware of what rights are recognised to them in Italy. In just three months, 1,000 people received information; our staff further pursued the cases of over 130 children and a mandate was obtained to provide legal support to 54 unaccompanied foreign minors.

Terre des Hommes' presence in Lampedusa also allowed to report through the media the living conditions to which minors are exposed in the centres: their prolonged detention and promiscuity with adults are an obvious danger for children who have often been exposed throughout the journey to repeated threats coming from criminal adults or simply from older and more violent migrants.

And this is not all. The health and sanitation conditions in both centres were horrific: open air latrines instead of toilets, insects, dirty mattresses with no linens and burning hot containers as a shelter. To make this even worse was the sea. Terribly close, its noise gave no break to these children who were terrified by it. Many were overcome by anxiety, fear, and memories of the waves and of the journey in which they had maybe lost a relative or



un amico. Quel mare - dicevano - quel mare non fatecelo vedere più, il cuore non regge.

A questo si aggiungeva la solitudine, l'abbandono umano, prima ancora che giuridico. Questi ragazzi, infatti, non ricevevano spiegazioni sulla loro detenzione; molti temevano di aver commesso un reato, si sentivano in colpa e avevano paura del loro destino, di cui non conoscevano nulla. Chiedevano di uscire, di poter raggiungere le città di cui avevano sentito parlare o in cui avevano amici e parenti e, soprattutto, chiedevano di poter andare a scuola. Parallelamente all'attività strettamente giuridico-legale, Terre des Hommes ha cercato di migliorare le condizioni dei ragazzi portando loro libri, favole in lingua araba e francese e organizzando corsi di lingua italiana.

Terminato il progetto per il mancato rinnovo del permesso da parte del Ministero dell'Interno, è partito Faro II, una serie di corsi di formazione per gli operatori delle comunità di accoglienza dei minori stranieri non accompagnati in sette città italiane, fino a settembre 2012.

friend. That sea – they said – don't make us look at that sea again, our heart cannot cope.

Solitude and human abandonment, even more than legal abandonment, further added to their burden. These children, in fact, received no explanation about their detention; many feared of having committed a crime, felt guilty and were concerned for their future that they could in no way anticipate. They asked to be let out, to go to the city they had heard of or in which they had friends and relatives. Most importantly, they asked to be able to go to school. Alongside strictly legal support, Terre des Hommes tried to improve the condition of children by bringing them books, tales in Arabic and French, and by organising Italian languages classes.

After the end of the project, due to the non-renewal of the Ministry of Interior's authorisation, Lighthouse II was started. Until September 2012 this project offers training to workers in shelters for unaccompanied foreign minors in seven Italian cities.



Due asili alla Casa del Sole di Managua

Un efficace programma contro l'abbandono scolastico



Dal 2000 Terre des Hommes opera in Nicaragua per migliorare le condizioni di vita dei bambini che abitano nelle baraccopoli attorno al mercato ortofrutticolo all'ingrosso della capitale nicaraguense: il Mercato Mayoreo. Lì i bambini, anche in tenerissima età, lavorano recuperando la frutta e verdura considerata invendibile dai commercianti, per poi rivenderla agli acquirenti meno esigenti. Per garantire l'accesso e soprattutto la permanenza dei piccoli lavoratori nella scuola è nata nel 2003 la scuola Reinaldo A.Téfel, garantendo la scolarizzazione di oltre 200 bambini che per qualche ora al giorno lasciavano il mercato ed iniziavano un percorso educativo.

I risultati iniziali non furono immediatamente soddisfacenti. Da una parte l'età media degli alunni lavoratori era molto più alta rispetto agli altri (8,5 anni contro 6,5), dall'altra c'era una certa resistenza alla dinamica d'apprendimento tradizionale con alti indici di bocciatura (anche il 39% in prima elementare) con successivo abbandono della scuola.

Da allora sono iniziati due progetti collaterali, che hanno consentito di diminuire sensibilmente l'abbandono scolastico. Il primo è un Centro di formazione professionale dare agli adolescenti una maggiore opportunità professionali, l'altro è la creazione di due scuole materne per preparare i bambini agli studi elementari e quindi permettere di ottenere migliori risultati. Da notare che il 44,8% dei bambini in Nicaragua non ha accesso alla scuola materna. Una scuola materna è stata subito attrezzata nella Téfel, mentre si identificava all'interno del mercato dei locali che potessero essere adibiti ad asilo.

Da allora già cinque classi, per un totale di 113 bambini e bambine, sono uscite dalla scuola materna della "Casa del Sole" del mercato Mayoreo e l'indice di abbandono

Two nurseries at the House of Sun in Managua

An effective programme against school dropouts

Terre des Hommes has been active in Nicaragua since 2000 to improve the living conditions of children living in the slums around the wholesale fruit and vegetable market of the capital city: the Mayoreo Market. Many young children were responsible for retrieving fruit and vegetables that were considered not suitable for sale by merchants, and that could be sold to less demanding buyers. The Reinaldo A.Téfel school was started in 2003 to ensure access to and permanence in school to these young workers. The school took care of over 200 children who would leave the market for a few hours a day to start an education.

The initial results were not immediately rewarding. On the one hand the average age of child workers was much higher (8.5 years against 6.5), on the other hand a strong resistance against traditional learning methods led to high failure rates at exams (up to 39% in the first year of primary school) and to later school dropouts.

Since then two collateral projects have started, allowing to significantly decrease school dropout rates. The first is a vocational training Centre giving teenagers better work opportunities, the other is the creation of two nursery schools that would prepare children before primary education and allow them to achieve better results from the start. It is important to know that 44.8% of children in Nicaragua does not have access to nursery schools.

One nursery was immediately set up in the building of the Téfel school, whereas a suitable place was sought in the market that could be used as a nursery.

Since then five classes, attended by 113 boys and girls, have completed the nursery school of the "House of Sun" of Mayoreo market and the school dropout rates

Scuola materna della Casa del Sole (CdS) - Mercado Mayoreo Nursery school of the House of Sun (HoS) - Mayoreo Market

	2007	2008	2009*	2010	2011
Iscritti nelle 3 classi Enrolled in the 3 classes	100	114	67	107	104
Alunni dell'ultimo anno di scuola materna CdS Students in the last year of the HoS nursery	33	41	19	32	36
Alunni della scuola materna CdS iscritti alle elementari Students from HoS nursery enrolled in primary school	33	38	19	28	30
Alunni della scuola materna CdS promossi in seconda elementare Students from the HoS nursery qualifying for the second year of primary education	27	36	19	26	30
Media degli ex alunni CdS promossi Average of successful former HoS students	81,82%	94,74%	100,0%	92,86%	100,0%
Media nazionale degli alunni promossi in seconda elementare National average of students qualifying for the second year of primary education	78,6%	78,6%	81,0%	79,5%	76,6%
Abbandoni scolastici tra gli alunni CdS alle elementari School dropouts among HoS students during primary education	6	2	0	2	0
Media dell'abbandono scolastico degli alunni CdS nelle elementari Average school dropout rate of HoS students during primary education	18,18%	5,26%	0,00%	7,14%	0,00%
Media nazionale dell'abbandono scolastico alle elementari National average school dropout rate during primary education	12,4%	10,4%	9,5%	10,50%	11,9%

*Nell'anno 2009 il prescolare CdS è stato operativo solo per un semestre a causa di problemi amministrativi legati al trasferimento della scuola al Ministero dell'Educazione / In the year 2009 the HoS pre-school was functioning only for one semester as a result of administrative problems following school transfer at the Ministry of Education. Fonte: I dati nazionali sono estratti dalle Statistiche Ufficiali del Ministero dell' Educazione fino al 2007, i successivi sono estratti da studi indipendenti / Source: national data is based on Official Statistics of the Ministry of Education up to 2007, whereas later data is based on independent assessments.

scolastico è progressivamente calato. Oggi possiamo dire che tutti i bambini che escono dal prescolare entrano in prima elementare e oltre l'87% sta frequentando la sua classe regolarmente senza aver mai dovuto ripetere l'anno, quando la media nazionale è di poco superiore al 50%.

L'esperienza maturata negli anni ci ha permesso di identificare diversi fattori e condizioni che possono garantire una replicabilità effettiva che garantisca un'alta qualità del servizio. Innanzitutto la condivisione del lavoro con una ONG nazionale (in questo caso il FODI, Fondazione per la Formazione e lo Sviluppo Sociale), per l'esecuzione e supervisione delle attività. Un altro fattore vincente è la partecipazione organizzata dei genitori, non solo nelle tradizionali funzioni logistiche come incaricati della cucina o delle pulizie, ma nella sensibilizzazione diretta sul territorio, organizzazione degli incontri e preparazione del calendario scolastico. Non solo, per i progetti nel Mercado Mayoreo è stata importante la partecipazione delle associazioni dei commercianti ed organizzazioni sindacali, per garantire sia la sostenibilità economica della scuola materna attraverso donazioni dirette, che la sostenibilità sociale dell'esperienza, assicurando il rispetto degli orientamenti e la selezione dei beneficiari. Vincente anche l'impegno dei promotori sociali, con l'obiettivo di coinvolgere gli alunni nelle diverse attività dirette ai beneficiari del Sostegno a Distanza.

Una stretta collaborazione con le istituzioni e amministrazioni pubbliche è importante, come pure il coordinamento permanente con le autorità scolastiche del Ministero d'Educazione, per garantire riconoscimento ufficiale al progetto nonché la sua sostenibilità futura, che può essere incrementata collegandosi con imprese impegnate nella responsabilità sociale.

have dropped. Today, all children who have received pre-school education access the first year of primary school and more than 87% regularly continued their education without losing a year, against a national average that is just over 50%.

Experience acquired over the years allowed us to identify various factors and conditions that can ensure effective replicability and good quality of a service. Firstly sharing the work with a national NGO (in this case FODI, Foundation for Training and Social Development) during the implementation and supervision of activities. Another winning factor is the organised participation of parents, not only in traditional logistical tasks such as being responsible for the kitchen or the cleaning, but also in direct local awareness raising, organisation of meetings and definition of the school calendar. Not only, the participation of merchant associations and trade unions was very important for the projects in Mayoreo Market. It allowed both the economic sustainability of the nursery school thanks to direct donations, and the social sustainability of this experience ensured through educational guidance and selection of beneficiaries. Another winning factor was the engagement of social organisers, with the aim of involving students in the activities in favour of Child Sponsorship beneficiaries.

A tight collaboration with public institutions and administrations is also important, as is constant coordination with educational authorities at the Ministry of Education, allowing to obtain official recognition of the project and favouring its future sustainability that could be increased through a connection with enterprises engaging in social responsibility.

I nostri progetti *Our projects*



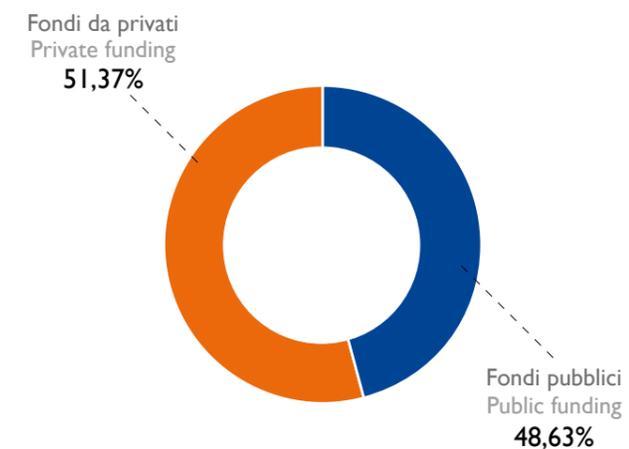
I progetti nel mondo

Our projects worldwide

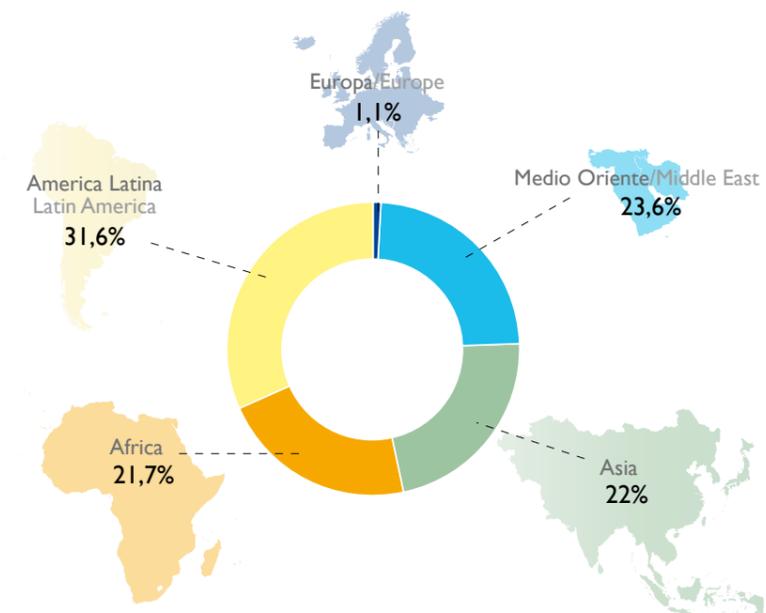
La protezione dell'infanzia nel mondo è la ragione d'essere di Terre des Hommes. Oltre alle campagne di advocacy e sensibilizzazione, è attraverso i progetti che cerca di realizzare questa missione. Nel 2011 TDH Italia è stata presente in 21 paesi con 77 progetti di aiuto umanitario d'emergenza e di cooperazione internazionale allo sviluppo. Nella mappa allegata abbiamo elencato i dati essenziali dei progetti e segnalato i settori d'intervento per ogni paese. Chi ne volesse sapere di più può contattarci direttamente (comunicazione@tdhitaly.org o tel. 02 28970418) o consultare il nostro sito, che viene aggiornato costantemente (<http://www.terredeshommes.it/cosa-facciamo-noi/progetti/>).

The protection of children worldwide is the reason of existence for Terre des Hommes. In addition to advocacy and sensitisation campaigns, it is through projects that we try and achieve this mission. In 2011 TDH Italy was present in 21 countries with 77 emergency relief and international development projects. The attached map lists essential information about projects and for each country it highlights the sectors of intervention. Who wishes to find out more is invited to contact us directly (comunicazione@tdhitaly.org or tel. 02 28970418) or to visit our constantly updated website (<http://www.terredeshommes.it/cosa-facciamo-noi/progetti/>).

Indice di autonomia
Indicator of independence



Destinazione spesa per area geografica 2011
Destination of expenses by geographical area 2011

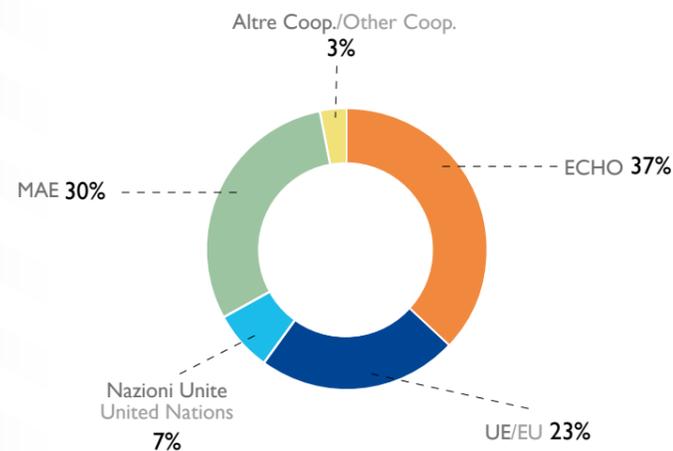


Obiettivi di miglioramento

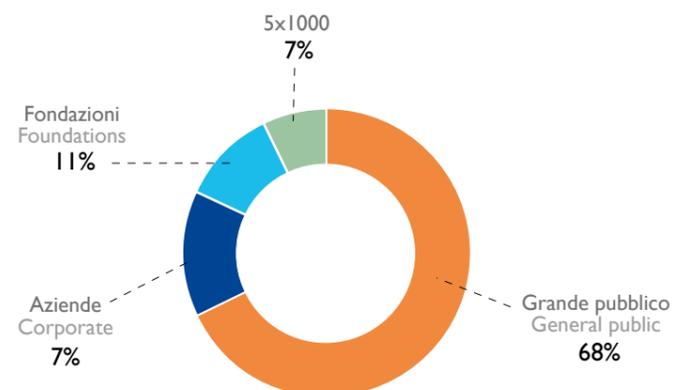
Improvement objectives

Nuovi obiettivi 2011 - 2013	New objectives 2011 - 2013
Crescita della presenza territoriale di Terre des Hommes attraverso la nascita di gruppi composti da "giovani"	Increase Terre des Hommes' local outreach presence through the establishment of "youth" groups
Posizionamento di Terre des Hommes come leader sui diritti delle bambine e sulla prevenzione della violenza	Position Terre des Hommes as a leader on rights of girls and violence prevention
Maggiore spinta verso l'innovazione di progetto	Improve the drive towards project innovativeness
Crescita dell'impegno di Terre des Hommes in Italia, sia in termini di advocacy e lobby sia in termini progettuali	Increase Terre des Hommes' commitment in Italy both in terms of advocacy and lobbying, and in terms of projects
Maggiore spinta verso l'innovazione sui Social Network e su Internet	Improve the drive towards innovation on Social Networks and the Internet
Consolidamento della quota dei fondi raccolti da aziende tra il 10 e il 15% del totale delle donazioni private	Consolidate the quota of funds raised in the corporate sector at 10-15% of the total of private donations
Miglioramento costante del rapporto con i nostri sostenitori e ricerca di un loro maggiore livello coinvolgimento	Constantly improve the relations with donors and encourage their greater involvement
Rafforzare l'intervento in situazioni d'emergenza, sia individualmente sia in rete	Reinforce humanitarian interventions as an independent organisation and as a network member

Provenienza raccolta pubblica Sources of public funding



Provenienza raccolta privata Sources of private funding



Quanto si spende per raccogliere 1 euro?
How much we spend to collect 1 euro?



Aiuti diretti

Direct aids

= 8,321685884

Costi di struttura

General expenses

8 a 1 è il rapporto tra gli investimenti sui progetti e le spese generali e amministrative
 8 to 1 is the ratio between investments on projects and general administrative expenses

Abbiamo moltiplicato per 16 volte il valore degli investimenti.
We multiply by 16 the investments value.



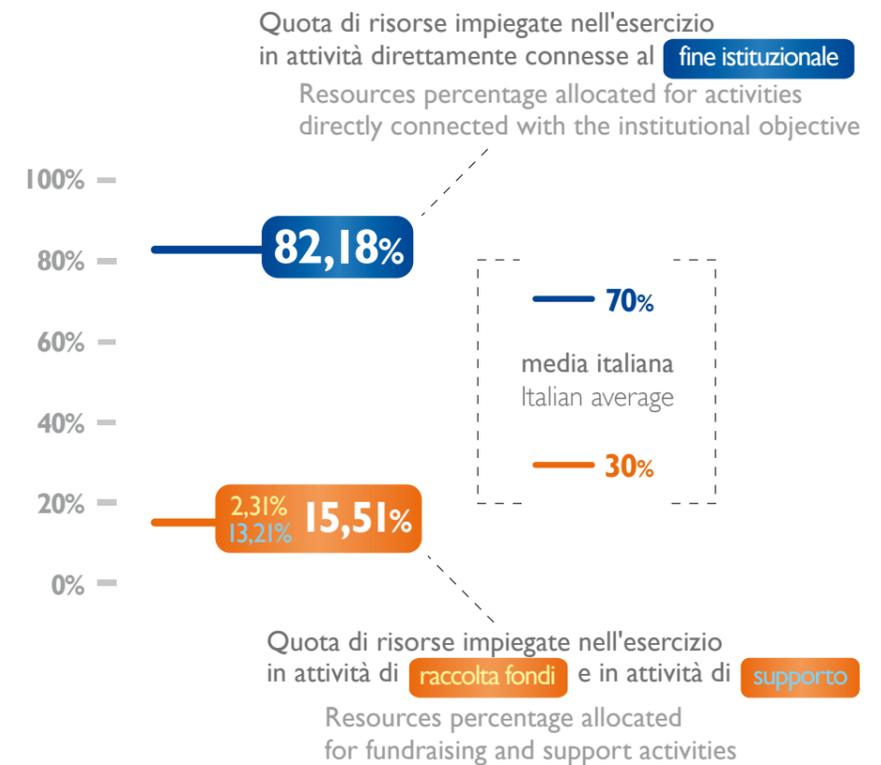
I costi per la raccolta 2011 sono stati contenuti rispetto allo scorso anno, con un risparmio del 25%; a fronte di tale risparmio di costi, sembrerebbe tuttavia essersi manifestata una contrazione della raccolta privata più che proporzionale (-26%). Depurando il dato 2010 delle entrate straordinarie dovute all'emergenza HAITI, tuttavia, l'indicatore mostrerebbe tali risultati:

Costs for the funds raised in 2011 were reduced of 25% compared to 2010. Due to those savings, it appears that the private funds raised shrank more than proportionally (-26%). But, eliminating the extraordinary revenues of the Haiti humanitarian emergency, the indicator will be:



Gli indici utilizzati sono alcuni di quelli proposti da Charity Navigator, il servizio nazionale americano di valutazione delle organizzazioni non profit (www.charitynavigator.org) che offre una guida consapevole per indirizzare le donazioni verso gli enti più virtuosi. Oltre ad alcuni indicatori elaborati ad-hoc per dare la maggiore rappresentazione possibile relativamente all'utilizzo della raccolta e alla provenienza della stessa.

The indicators used are among those suggested by Charity Navigator, the American National service for the evaluation of non Profit Organizations (www.charitynavigator.org), that offers a conscious guide to direct donations towards the most virtuous organizations. Other indicators were purposely elaborated to better represent the use of donations as well as the origin of funds.



Usiamo le tue donazioni senza sprecare niente!
We use your donations without wasting anything!

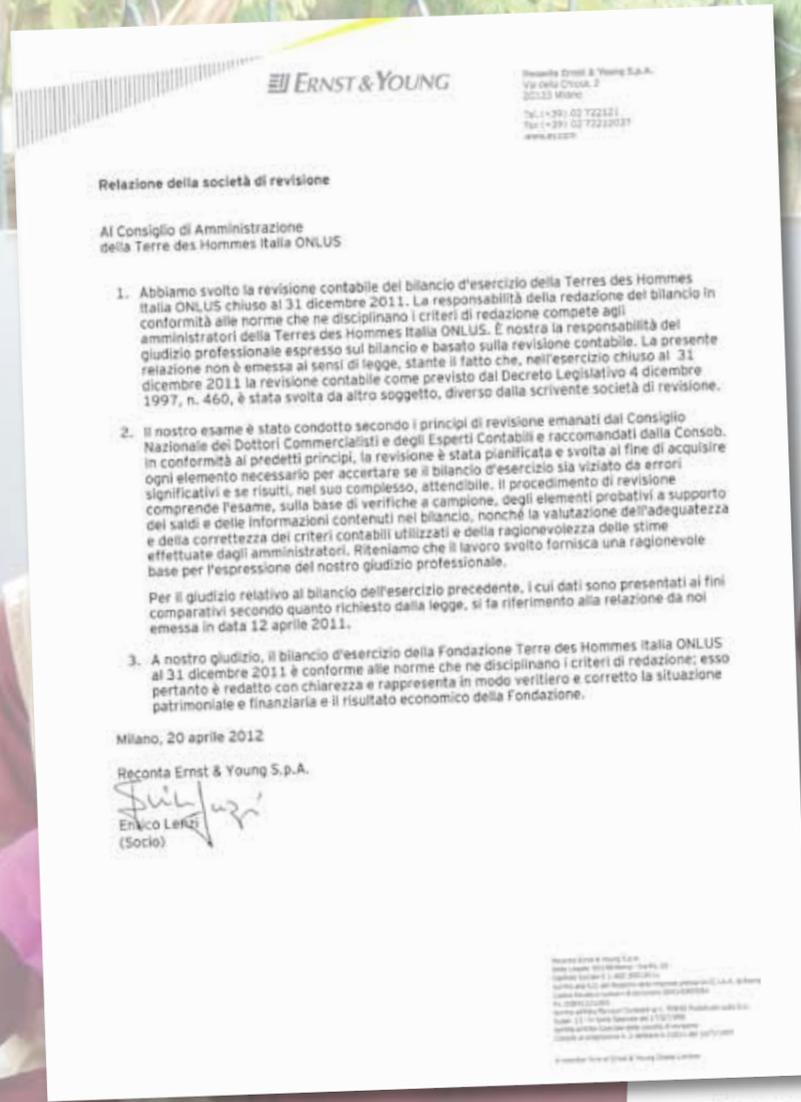
Sintesi dei dati economico-finanziari

Financial Statement: a synthesis

DATI PATRIMONIALI BALANCE SHEET	2011	2010	Δ	Δ%
Totale immobilizzazioni / Total fixed assets	444.705	427.362	17.343	4%
Crediti / Receivables	6.125.168	7.124.657	-999.489	-14%
Disponibilità liquide / Cash and Cash equivalents	1.520.459	1.785.757	-265.298	-15%
Ratei e risonanti attivi Accrued earnings and prepaid expenses	14.026	11.922	2.104	18%
TOTALE ATTIVO / TOTAL ASSETS	8.104.358	9.349.697	-1.245.339	-13%
Patrimonio netto / Net equity	434.051	434.051	-	0%
Fondo TFR / Employee severance indemnity	110.943	97.689	13.254	14%
Debiti / Payables	7.559.364	8.817.956	-1.258.592	-14%
Ratei e risonanti passive Prepaid earnings and accrued expenses	-	-	-	-
TOTALE PASSIVO TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	8.104.358	9.349.697	-1.245.339	-13%

RENDICONTO DELLA GESTIONE MANAGEMENT REPORT	2011	2010	Δ	Δ%
Entrate per contributi / Income from contributions	7.694.780	9.366.864	-1.672.084	-18%
Avanzi finali progetti finanziari Final surplus from financed programmes	355.299	235.371	119.928	51%
Quote e proventi della raccolta fondi Funds raised to cover general expenses	1.257.539	1.382.028	-124.489	-9%
Altri proventi / Other incomes	55.943	68.624	-12.681	-18%
TOTALE PROVENTI / TOTAL INCOME	9.363.561	11.052.887	-1.689.326	-15%
Spese Progetti / Costs for projects	7.694.780	9.366.864	-1.672.084	-18%
Collaboratori di sede sui progetti In residence co-operators on projects	346.109	293.720	52.389	18%
Spese funzionamento struttura General and administrative expenses	924.666	899.932	24.734	3%
Oneri promozionali e raccolta fondi Expenses for promotional activities and fundraising	217.179	289.666	-72.487	-25%
Altri oneri / Other expenses	180.827	202.705	-21.878	-11%
TOTALE ONERI / TOTAL EXPENSES	9.363.561	11.052.887	-1.689.326	-15%

IVALORI SONO ESPRESSI IN EURO / VALUES IN EURO



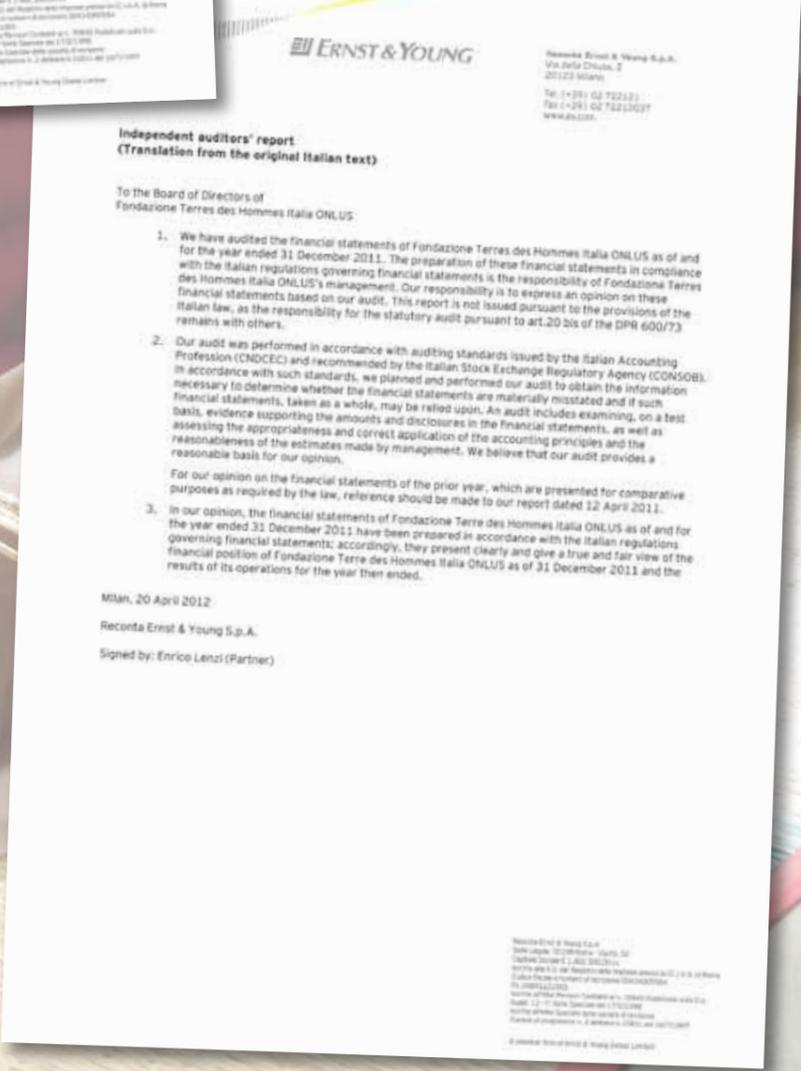
Relazione della società di revisione
Al Consiglio di Amministrazione della Terre des Hommes Italia ONLUS

- Abbiamo svolto la revisione contabile del bilancio d'esercizio della Terre des Hommes Italia ONLUS chiuso al 31 dicembre 2011. La responsabilità della redazione del bilancio in conformità alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione compete agli amministratori della Terre des Hommes Italia ONLUS. E' nostra la responsabilità del giudizio professionale espresso sul bilancio e basato sulla revisione contabile. La presente relazione non è emessa ai sensi di legge, stante il fatto che, nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011 la revisione contabile come previsto dal Decreto Legislativo 4 dicembre 1997, n. 460, è stata svolta da altro soggetto, diverso dalla scrivente società di revisione.
- Il nostro esame è stato condotto secondo i principi di revisione emanati dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili e raccomandati dalla Consob, in conformità ai predetti principi, la revisione è stata pianificata e svolta al fine di acquisire ogni elemento necessario per accertare se il bilancio d'esercizio sia viziato da errori significativi e se risulti, nel suo complesso, attendibile. Il procedimento di revisione comprende l'esame, sulla base di verifiche a campione, degli elementi probativi a supporto dei saldi e delle informazioni contenute nel bilancio, nonché la valutazione dell'adequazione e della correttezza dei criteri contabili utilizzati e della ragionevolezza delle stime effettuate dagli amministratori. Riteniamo che il lavoro svolto fornisca una ragionevole base per l'espressione del nostro giudizio professionale.

Per il giudizio relativo al bilancio dell'esercizio precedente, i cui dati sono presentati ai fini comparativi secondo quanto richiesto dalla legge, si fa riferimento alla relazione da noi emessa in data 12 aprile 2011.

- A nostro giudizio, il bilancio d'esercizio della Fondazione Terre des Hommes Italia ONLUS al 31 dicembre 2011 è conforme alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione; esso pertanto è redatto con chiarezza e rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria e il risultato economico della Fondazione.

Milano, 20 aprile 2012
Reconta Ernst & Young S.p.A.
Enrico Lenzi
(Socio)



Independent auditors' report
(Translation from the original Italian text)

To the Board of Directors of
Fondazione Terre des Hommes Italia ONLUS

- We have audited the financial statements of Fondazione Terre des Hommes Italia ONLUS as of and for the year ended 31 December 2011. The preparation of these financial statements in compliance with the Italian regulations governing financial statements is the responsibility of Fondazione Terre des Hommes Italia ONLUS's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit. This report is not issued pursuant to the provisions of the Italian law, as the responsibility for the statutory audit pursuant to art.20 bis of the DPR 600/73 remains with others.
- Our audit was performed in accordance with auditing standards issued by the Italian Accounting Profession (CNDCEC) and recommended by the Italian Stock Exchange Regulatory Agency (CONSOB). In accordance with such standards, we planned and performed our audit to obtain the information necessary to determine whether the financial statements are materially misstated and if such basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements, as well as assessing the appropriateness and correct application of the accounting principles and the reasonableness of the estimates made by management. We believe that our audit provides a reasonable basis for our opinion.

For our opinion on the financial statements of the prior year, which are presented for comparative purposes as required by the law, reference should be made to our report dated 12 April 2011.

- In our opinion, the financial statements of Fondazione Terre des Hommes Italia ONLUS as of and for the year ended 31 December 2011 have been prepared in accordance with the Italian regulations governing financial statements; accordingly, they present clearly and give a true and fair view of the financial position of Fondazione Terre des Hommes Italia ONLUS as of 31 December 2011 and the results of its operations for the year then ended.

Milan, 20 April 2012
Reconta Ernst & Young S.p.A.
Signed by: Enrico Lenzi (Partner)



Come aiutarci

Aiuta un bambino e diventa amico di Terre des Hommes

● In posta

Conto corrente postale no. 321208 intestato a Terre des Hommes Italia ONLUS

● In banca

Monte dei Paschi di Siena - IBAN IT53Z0103001650000001030344

● Online con carta di credito

dal sito www.terredeshommes.it

● RIDona un sorriso a un bambino

Domiciliazione bancaria RID:

Per attivarlo, richiedi informazioni scrivendo a: info@tdhitaly.org, oppure telefona allo 02 28970418.

Tutti i nuovi RID, come piccolo segno di riconoscenza, riceveranno una delle nostre magliette.

Speciale "RID Anch'io"

Il mezzo più comodo, semplice e sicuro per versare una donazione costante o la quota di un sostegno a distanza con la frequenza che più si desidera.

Inoltre, se la vostra è una delle oltre 170 banche che hanno aderito alla campagna "RID Anch'io" promossa da ABI (Associazione Bancaria Italiana), l'operazione bancaria è completamente gratuita.

● Sostegno a distanza, una scelta che avvicina

Chiunque di noi può contribuire a dare a un bambino e alla sua famiglia un futuro nuovo, una scuola, un pasto equilibrato al giorno, acqua "sicura", medicine, il calore di una famiglia. Il sostegno a distanza può fare tutto questo con **25 euro al mese**. Se non sei ancora un nostro sostenitore, contattaci per ulteriori informazioni o per attivare subito un sostegno, scrivendo a info@tdhitaly.org oppure telefonando allo **02 28970418**.

Se lo sei già, aiutaci a trovarne altri con il passaparola... Molti bambini stanno aspettando un sostegno.

● 5 per 1000: una moltiplicazione che protegge i bambini

Il tuo 5 per 1000 a Terre des Hommes contribuisce a finanziare i progetti di protezione per i bambini di strada, offrendo loro un riparo, una scuola, cure mediche, strutture alternative al carcere, la possibilità di un futuro libero dalla violenza. Con la dichiarazione dei redditi, scegli di destinare il 5 per mille a Terre des Hommes indicando il codice fiscale 97149300150. Il numero che protegge i bambini.

● Cerchiamo aziende che sappiano guardare lontano

Le collaborazioni con aziende fanno la differenza. Contattaci e studieremo insieme le modalità migliori per moltiplicare il valore del tuo aiuto, che sia aziendale o attraverso il coinvolgimento dei dipendenti. Puoi scrivere a comunicazione@tdhitaly.org, oppure telefonare allo 02 28970418.

Vuoi essere sempre informato sulle nostre iniziative?

Iscriviti alla newsletter

Seguici su Facebook

Seguici su Twitter

www.terredeshommes.it/news-e-media/newsletter-2/





Terre des hommes
Proteggiamo i bambini insieme

Terre des Hommes Italia Onlus

Viale Monza 57 - 20125 Milano

Tel. +39 02 28970418 - Fax +39 02 26113971

www.terredeshommes.it - info@tdhitaly.org