

SCHEDA DI PROGETTO

(Carattere: Tahoma – Dimensione carattere: 10)

1a.– Titolo

GenerAzioni in circolo – Per promuovere modelli sostenibili di produzione e di consumo

1b - Durata

(Indicare la durata in mesi. *Minimo 12 mesi - Massimo 18 mesi, a pena di esclusione*)

15 mesi

2 - Obiettivi generali, aree prioritarie di intervento e linee di attività

2a - Obiettivi generali ¹	2b - Aree prioritarie di intervento ²
Devono essere indicati rispettivamente massimo n. 3 obiettivi e aree prioritarie di intervento, graduandoli in ordine di importanza 1 maggiore – 3 minore	
<p>A. Porre fine ad ogni forma di povertà</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3]; b) rinforzare la resilienza dei poveri e di coloro che si trovano in situazioni di vulnerabilità e ridurre la loro esposizione e vulnerabilità [1], [2], [3]; c) promuovere attività di recupero delle eccedenze alimentari [1], [2], [3]; d) anticipare e individuare situazioni di fragilità e di bisogno che possano coinvolgere anche fasce di popolazione particolarmente esposte (ad esempio: minori, anziani soli, persone non autonome in situazioni di precarietà economica, ecc.) [1], [2], [3]; e) realizzare azioni di responsabilizzazione e di coinvolgimento attivo dei beneficiari finali (welfare generativo), al fine di aumentare il rendimento degli interventi attuati a beneficio dell'intera comunità [1], [2], [3]; f) rafforzare i legami di vicinanza e di supporto anche attraverso processi di mutuo-aiuto [1], [2], [3]; g) contrastare condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1], [2], [3]; h) contrastare le solitudini involontarie specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1], [2], [3]; i) sviluppare e rafforzare legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extra-urbane disgregate o disagiate [1], [2], [3]; j) prevenzione e contrasto delle dipendenze, ivi inclusa la ludopatia [1], [2], [3]; k) prevenzione e contrasto delle forme di violenza, discriminazione e intolleranza, con particolare riferimento al fenomeno di bullismo e cyberbullismo [1], [2], [3]; l) risposte a bisogni di prima necessità e di pronto intervento anche finalizzate alla costruzione di un progetto personalizzato [1], [2], [3];</p>

¹ Gli obiettivi individuati dall'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile (http://unric.org/it/images/Agenda_2030_ITA.pdf), i progetti e le iniziative da finanziare con le risorse del Fondo per l'anno 2018 dovranno concorrere al raggiungimento degli obiettivi generali, così come prescritto nell'Avviso n. 1/2018.

² Paragrafo 2 dell'Avviso n. 1/2018.

	<p>m) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3];</p> <p>n) promozione del sostegno a distanza [1], [2], [3].</p>
<p>B. Promuovere un'agricoltura sostenibile</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) integrazione, accoglienza e inclusione socio-lavorativa che partono dalla terra, dall'agricoltura che si fa sociale, che diventa welfare comunitario e che accoglie, sviluppa nuovi processi di inclusione delle persone fragili e vulnerabili [1], [2], [3];</p> <p>c) sviluppo sostenibile del territorio rurale e miglioramento della qualità della vita delle comunità [1], [2], [3];</p> <p>d) inserimento socio-lavorativo di persone con disabilità o svantaggiate e di minori in età lavorativa inseriti in progetti di riabilitazione e sostegno sociale anche attraverso l'utilizzo delle risorse materiali e immateriali dell'agricoltura, per sviluppare le abilità e le capacità delle persone e per favorire la loro inclusione sociale e lavorativa, di ricreazione e di servizi utili per la vita quotidiana [1], [2], [3];</p> <p>e) educazione ambientale e alimentare, nonché salvaguardia della biodiversità;</p> <p>f) valorizzazione del patrimonio, naturale, culturale, enogastronomico e turistico del territorio [1], [2], [3];</p> <p>g) promozione dell'inclusione sociale e lavorativa dei giovani in particolari condizioni di vulnerabilità [1], [2], [3];</p> <p>h) promozione e diffusione della responsabilità sociale delle imprese nelle imprese agricole e nelle comunità; i sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disgregate o disagiate [1], [2], [3];</p> <p>j) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>C. Salute e benessere: assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) sostegno all'inclusione sociale, in particolare delle persone con disabilità e non autosufficienti; c) prevenzione e contrasto delle dipendenze, ivi inclusa la ludopatia [1], [2], [3];</p> <p>d) contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1], [2], [3];</p> <p>e) contrasto alle solitudini involontarie specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1], [2], [3];</p> <p>f) sviluppo e promozione di programmi e/o attività di educazione alimentare [1], [2], [3];</p> <p>g) promozione e sviluppo della cultura della salute e della prevenzione, anche con riferimento al tema degli incidenti stradali [1], [2], [3];</p> <p>h) sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disgregate o disagiate [1], [2], [3];</p> <p>i) promozione dell'attività sportiva [1], [2], [3];</p> <p>j) rafforzamento della prevenzione dell'uso di sostanze stupefacenti e del consumo nocivo di alcol, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>k) accrescimento della consapevolezza per l'abilitazione e lo sviluppo delle competenze per favorire l'autonomia delle persone con disabilità grave e una migliore gestione della vita quotidiana, anche attraverso tirocini per l'inclusione sociale [1], [2], [3];</p> <p>l) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity</p>

<p>D. Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, opportunità di apprendimento permanente per tutti [3]</p>	<p>building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p> <p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3]; b) promozione della partecipazione e del protagonismo dei minori e dei giovani, perché diventino agenti del cambiamento [1], [2], [3]; c) promozione e sviluppo dell'integrazione sociale e dell'educazione inclusiva [1], [2], [3]; d) promozione dell'educazione allo sviluppo sostenibile, anche tramite un'educazione volta ad uno sviluppo e uno stile di vita sostenibile, ai diritti umani, alla parità di genere, alla promozione di una cultura pacifica e non violenta, alla cittadinanza globale e alla valorizzazione delle diversità culturali [1], [2], [3]; e) promozione e sviluppo di azioni volte ai bisogni dell'infanzia, alle disabilità e alla parità di genere ambienti dedicati all'apprendimento che siano sicuri, non violenti e inclusivi per tutti [1], [2], [3]; f) prevenzione e contrasto delle dipendenze, ivi inclusa la ludopatia [1], [2], [3]; g) prevenzione e contrasto delle forme di violenza, discriminazione e intolleranza, con particolare riferimento al fenomeno di bullismo e cyberbullismo [1], [2], [3]; h) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>E. Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato [1], [2], [3]; b) prevenzione e contrasto di ogni forma di violenza fisica o mentale, lesioni o abusi, abbandono, maltrattamento o sfruttamento, compresa la violenza sessuale sui bambini e bambine, nonché adolescenti e giovani [1], [2], [3]; c) promozione di relazioni fondate sul principio di uguaglianza sostanziale e di parità di diritti tra uomini e donne tenuto conto della pari dignità e delle differenze di genere (ad esempio: inserimento lavorativo e/o in attività formativa e conciliazione dei tempi di vita e di lavoro) [1], [2], [3]; d) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>F. Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani [1], [2], [3]; b) sviluppo e promozione della gestione integrata delle risorse idriche e di altre strategie per garantire la disponibilità e la gestione sostenibile di acqua e igiene, anche coinvolgendo le scuole [1], [2], [3]; c) sviluppo, miglioramento e ottimizzazione delle risorse idriche e igieniche nelle comunità locali [1], [2], [3]; d) sviluppo e promozione nelle comunità locali della rilevanza socio-ambientale del risparmio idrico e della riduzione dell'inquinamento delle acque [1], [2], [3]; e) sviluppo e rafforzamento degli ecosistemi legati all'acqua, tra cui montagne, foreste, zone umide, fiumi, falde acquifere e laghi [1], [2], [3]; f) sviluppo e rafforzamento della partecipazione delle comunità locali nel miglioramento della gestione idrica [1], [2], [3]; g) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>

<p>G. Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti</p>	<p>a) promozione della legalità e della sicurezza sociale nei rapporti di lavoro; b) diffusione delle buone pratiche anche ai fini dell'inserimento delle aziende agricole in reti di qualità [1], [2], [3]; c) sviluppo di percorsi di inclusione socio-lavorativa e di integrazione nelle comunità; d) istituzione e/o implementazione di presidi medico-sanitari mobili per assicurare interventi di prevenzione e di primo soccorso [1], [2], [3]; e) accoglienza ed ospitalità dei lavoratori stagionali in condizioni dignitose e salubri per contrastare la nascita o il perdurare di ghetti [1], [2], [3]; f) potenziamento delle attività di tutela ed informazione ai lavoratori [1], [2], [3]; g) orientamento al lavoro mediante i Centri per l'impiego ed i servizi attivati dalle parti sociali, in prossimità del luogo di stazionamento dei lavoratori [1], [2], [3]; h) organizzazione di servizi di distribuzione gratuita di acqua e viveri di prima necessità per lavoratori stagionali [1], [2], [3]; i) attivazione di sportelli informativi attraverso unità mobili provviste di operatori quali mediatori culturali, psicologi e personale competente [1], [2], [3]; j) istituzione di corsi di lingua italiana e di formazione lavoro per i periodi successivi all'instaurazione del rapporto di lavoro agricolo [1], [2], [3]; k) promuovere la cultura della responsabilità sociale e di comunità [1], [2], [3]; l) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>H. Ridurre le ineguaglianze</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3]; b) promozione della legalità e della sicurezza sociale nei rapporti di lavoro [1], [2], [3]; c) sviluppo di azioni che facilitino l'accesso alle misure di sostegno e ai servizi già disponibili nel sistema pubblico e privato cittadino [1], [2], [3]; d) affiancamento leggero, consulenza e accompagnamento su temi specifici (educazione al consumo, apprendimento della lingua, gestione budget familiare, ecc..), gruppi auto aiuto e confronto [1], [2], [3]; e) sostegno scolastico al di fuori dell'orario scolastico ed extra-scolastico (attività sportive, musicali, studio, ecc.) [1], [2], [3]; f) contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1], [2], [3]; g) contrasto alle solitudini involontarie specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1], [2], [3]; h) sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disgregate o disagiate, con particolare riferimento allo sviluppo di azioni comunitarie, di coesione, che abbiano l'obiettivo di creare legami e relazioni significative e che favoriscano la partecipazione delle famiglie alla vita di quartieri [1], [2], [3]; i) sviluppo di forme di welfare generativo di comunità anche attraverso il coinvolgimento attivo e partecipato in attività di utilità sociale dei soggetti che beneficiano di prestazioni di integrazione e sostegno al reddito [1], [2], [3]; j) accrescimento della consapevolezza per l'abilitazione e lo sviluppo delle competenze per favorire l'autonomia delle persone con disabilità e una migliore gestione della vita quotidiana, anche attraverso tirocini per l'inclusione sociale [1], [2], [3]; k) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>

<p>I. Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) ideazione e sviluppo di nuove modalità di interazione tra gli abitanti, mettendo a fuoco in modo partecipato quel che manca nel quartiere e quello che può presentare una risorsa (ad esempio rigenerando spazi già esistenti o pensandone di nuovi) [1], [2], [3];</p> <p>c) sostegno all'inclusione sociale, in particolare delle persone con disabilità e non autosufficienti [1], [2], [3];</p> <p>d) contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1], [2], [3];</p> <p>e) contrasto alle solitudini involontarie specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1], [2], [3];</p> <p>f) sviluppo e promozione dello sport come strumento di aggregazione e crescita sociale [1], [2], [3];</p> <p>g) sviluppo e rafforzamento del rapporto intergenerazionale per la trasmissione relazionale dei saperi [1], [2], [3];</p> <p>h) sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disgregate o disagiate, con particolare riferimento allo sviluppo di azioni comunitarie, di coesione, che abbiano l'obiettivo di creare legami e relazioni significative e favoriscano la partecipazione delle famiglie alla vita dei quartieri [1], [2], [3];</p> <p>i) sviluppo e rafforzamento della cittadinanza attiva, della legalità e della corresponsabilità, anche attraverso la tutela e la valorizzazione dei beni comuni e dei beni confiscati alla criminalità organizzata [1], [2], [3];</p> <p>j) promozione e sviluppo dell'economia circolare [1], [2], [3];</p> <p>k) sviluppo e promozione del turismo sociale e accessibile [1], [2], [3];</p> <p>l) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>J. Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo [1]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) promozione e accompagnamento verso acquisti a maggiore sostenibilità e responsabilità [1], [2], [3];</p> <p>c) promozione e sviluppo dell'economia circolare [1], [2], [3];</p> <p>d) promozione dell'uso consapevole della risorsa idrica [1], [2], [3];</p> <p>e) supporto al corretto riutilizzo, riciclo, conferimento dei beni a fine vita [1], [2], [3];</p> <p>f) promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile [1], [2], [3];</p> <p>g) promozione allo scambio e riuso di beni non utilizzati (ad esempio favorendo la creazione di community e network) [1], [2], [3];</p> <p>h) sensibilizzazione e promozione nei cittadini/consumatori verso comportamenti di riduzione dello spreco, riutilizzando le eccedenze alimentari per favorire l'accesso al cibo da parte delle persone in condizione di povertà e promuovendo utilizzi alternativi del cibo che andrebbe altrimenti sprecato [1], [2], [3];</p> <p>i) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>K. Promuovere azioni, a tutti i livelli per combattere gli effetti del cambiamento climatico [1], [2], [3]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p>

- b)** promozione di percorsi educativi e formativi sui mutamenti climatici, in particolare nelle scuole [1], [2], [3];
- c)** sensibilizzazione e incentivazione della capacità umana e istituzionale per quanto riguarda la mitigazione del cambiamento climatico, l'adattamento, la riduzione dell'impatto e l'allerta tempestiva [1], [2], [3];
- d)** implementazione delle conoscenze sul tema dei cambiamenti climatici: cause, scenari futuri, problematiche, possibili adattamenti e soluzioni [1], [2], [3];
- e)** sensibilizzazione delle persone sulla necessità di adottare comportamenti responsabili per contribuire a minimizzare gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle comunità naturali e umane [1], [2], [3];
- f)** sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].

2c- Linee di attività³

Attività di interesse generale, in coerenza con lo statuto dell'ente

- a) interventi e servizi sociali ai sensi dell'articolo 1, commi 1 e 2, della legge 8 novembre 2000, n. 328, e successive modificazioni, e interventi, servizi e prestazioni di cui alla legge 5 febbraio 1992, n. 104, e alla legge 22 giugno 2016, n. 112, e successive modificazioni;
- b) interventi e prestazioni sanitarie;
- c) prestazioni socio-sanitarie di cui al decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 14 febbraio 2001, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 129 del 6 giugno 2001, e successive modificazioni;
- d) educazione, istruzione e formazione professionale, ai sensi della legge 28 marzo 2003, n. 53, e successive modificazioni, nonché le attività culturali di interesse sociale con finalità educativa;
- e) interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali, con esclusione dell'attività, esercitata abitualmente, di raccolta e riciclaggio dei rifiuti urbani, speciali e pericolosi, nonché alla tutela degli animali e prevenzione del randagismo, ai sensi della legge 14 agosto 1991, n. 281;
- f) interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio, ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e successive modificazioni;
- g) formazione universitaria e post-universitaria;
- h) ricerca scientifica di particolare interesse sociale;
- i) organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura e della pratica del volontariato e delle attività di interesse generale di cui al presente articolo;
- j) radiodiffusione sonora a carattere comunitario, ai sensi dell'articolo 16, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni;
- k) organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso;
- l) formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo scolastico e formativo, alla prevenzione del bullismo e al contrasto della povertà educativa;
- m) servizi strumentali ad enti del Terzo settore resi da enti composti in misura non inferiore al settanta per cento da enti del Terzo settore;
- n) cooperazione allo sviluppo, ai sensi della legge 11 agosto 2014, n. 125, e successive modificazioni;
- o) attività commerciali, produttive, di educazione e informazione, di promozione, di rappresentanza, di concessione in licenza di marchi di certificazione, svolte nell'ambito o a favore di filiere del commercio equo e solidale, da intendersi come un rapporto commerciale con un produttore operante in un'area economica svantaggiata, situata, di norma, in un Paese in via di sviluppo, sulla base di un accordo di lunga durata finalizzato a promuovere l'accesso del produttore al mercato e che preveda il pagamento di un prezzo equo.

misure di sviluppo in favore del produttore e l'obbligo del produttore di garantire condizioni di lavoro sicure, nel rispetto delle normative nazionali ed internazionali, in modo da permettere ai lavoratori di condurre un'esistenza libera e dignitosa, e di rispettare i diritti sindacali, nonché di impegnarsi per il contrasto del lavoro infantile;

p) servizi finalizzati all'inserimento o al reinserimento nel mercato del lavoro dei lavoratori e delle persone di cui all'articolo 2, comma 4, del decreto legislativo recante revisione della disciplina in materia di impresa sociale, di cui all'articolo 1, comma 2, lettera c), della legge 6 giugno 2016, n. 106;

q) alloggio sociale, ai sensi del decreto del Ministero delle infrastrutture del 22 aprile 2008, e successive modificazioni, nonché ogni altra attività di carattere residenziale temporaneo diretta a soddisfare bisogni sociali, sanitari, culturali, formativi o lavorativi;

r) accoglienza umanitaria ed integrazione sociale dei migranti;

s) agricoltura sociale, ai sensi dell'articolo 2 della legge 18 agosto 2015, n. 141, e successive modificazioni;

t) organizzazione e gestione di attività sportive dilettantistiche;

u) beneficenza, sostegno a distanza, cessione gratuita di alimenti o prodotti di cui alla legge 19 agosto 2016, n. 166, e successive modificazioni, o erogazione di denaro, beni o servizi a sostegno di persone svantaggiate o di attività di interesse generale a norma del presente articolo;

v) promozione della cultura della legalità, della pace tra i popoli, della nonviolenza e della difesa non armata;

w) promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti delle attività di interesse generale di cui al presente articolo, promozione delle pari opportunità e delle iniziative di aiuto reciproco, incluse le banche dei tempi di cui all'articolo 27 della legge 8 marzo 2000, n. 53, e i gruppi di acquisto solidale di cui all'articolo 1, comma 266, della legge 24 dicembre 2007, n. 244;

x) cura di procedure di adozione internazionale ai sensi della legge 4 maggio 1983, n. 184;

y) protezione civile ai sensi della legge 24 febbraio 1992, n. 225, e successive modificazioni;

z) riqualificazione di beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata.

3 – Descrizione dell’iniziativa / progetto (Massimo due pagine)

3.1. Ambito territoriale. Il progetto ha un ambito territoriale nazionale e si articola in un nucleo di azioni centralizzate e un’importante serie di attività in presenza sul territorio, omogeneamente distribuite: in ciascuna regione italiana saranno realizzati almeno due eventi pubblici, di cui uno nel capoluogo regionale ed uno in altro comune. Non si è proceduto ad anticipare con esattezza l’ambito territoriale di ciascuna attività, per consentire alle sedi locali incaricate la scelta della tipologia più confacente alle loro capacità operative, il collegamento degli eventi del progetto alle esistenti collaborazioni con altri enti, la realizzazione in concomitanza di eventi fieristici di interesse sul tema e manifestazioni pubbliche, sagre, ecc. (calendario non ancora fissato per il periodo di presumibile implementazione delle attività).

3.2. Idea a fondamento della proposta progettuale.

L’idea di base del progetto è quella di costruire sul tema dell’economia circolare un ampio intervento di educazione sociale, focalizzato sulla qualificazione sia della domanda da parte dei consumatori, sia dell’offerta da parte delle imprese. Aiutando il consumatore a cogliere appieno i vantaggi dell’economia circolare e sensibilizzando le imprese a produrre in modo più eco-responsabile, si dimostreranno i benefici individuali e collettivi di un modello di consumo che punta all’eliminazione dello spreco e alla riduzione dell’effimero, al recupero del “valore d’uso” dei beni, alla durabilità, alla condivisione, al riuso e al riciclo, al minimo impegno di risorse naturali e materie prime, alla minima produzione di rifiuti e smaltimento differenziato, al minimo consumo di energia ed acqua, alla minima produzione di CO2 ed altri inquinanti, al recupero di materiali riciclabili, al maggiore accesso a beni e servizi da parte delle fasce sociali meno abbienti. Insomma un modello di consumo razionale, critico, socialmente responsabile, ecologicamente sostenibile e solidale, veicolato con una campagna ampiamente articolata e incentrata su eventi territoriali. Il progetto focalizzerà l’attenzione anche sul welfare di comunità, sul volontariato, specialmente giovanile, e sul trasferimento di saperi fra generazioni, valorizzando il ruolo degli anziani che hanno imparato in tempi di minor benessere a ottimizzare l’uso delle risorse. Altro importante contributo alla costruzione di un modello collaborativo di consumo e di cittadinanza, capace di veicolare e mettere in pratica i valori della solidarietà, del mutuo aiuto, della partecipazione, del sentimento di bene comune, è la creazione – insieme a iniziative locali - di spazi e occasioni online di collaborazione e scambio, aperti a tutti i cittadini ed animati da esperti, con una piattaforma web, dove potranno confluire offerte e richieste – anche per interventi collettivi di riqualificazione e pulizia su aree pubbliche, scuole ecc. – oltre a idee e proposte rivolte ai decision makers, dimostrazioni, corsi e tutorial postati dagli stessi utenti per condividere best practice di economia circolare e sostenibilità.

3.3. Descrizione del contesto. I modelli di consumo sono stati per molti decenni influenzati in direzione di una crescente domanda di beni ed una crescente tendenza all’abbreviazione del ciclo di vita dei prodotti, il cui tasso di sostituzione è determinato in parte dai cambiamenti tecnologici, in parte dalle mode e in parte dalla ricerca di un maggiore comfort. Di conseguenza, il livello dei consumi energetici ed idrici e la produzione di rifiuti hanno raggiunto dimensioni non compatibili con le capacità di carico degli ecosistemi. L’Italia è in ritardo sugli obiettivi dell’Agenda 2030 ed è verosimile che risultati soddisfacenti non siano conseguibili senza un adeguato contributo dei cittadini, con l’adozione di stili di vita e comportamenti di consumo coerenti e sistematici. Va peraltro evidenziato come una più sviluppata attitudine alla razionalizzazione dei consumi ed alla condivisione delle risorse consentirebbe alle famiglie meno agiate di conseguire un tenore di vita migliore a parità di reddito, accedere a risorse e servizi altrimenti inaccessibili, partecipare alla costruzione di un welfare di comunità che sposa utilmente obiettivi di sostenibilità ambientale ed obiettivi di sostenibilità sociale e solidarietà, con il valore aggiunto di un incremento in termini di coesione sociale e capacità di inclusione. Secondo i dati ISTAT 2018, ogni cittadino produce mediamente 497 chilogrammi di rifiuti urbani l’anno, di cui il 52,5 % viene avviato a riciclaggio/compostaggio, con significative differenze territoriali: delle 14 città metropolitane, solamente 6 superano il 50% dei rifiuti conferiti con la raccolta differenziata, mentre Roma raggiunge appena il 40% e Palermo conquista la maglia nera con appena il 10%; vi sono aree dove la raccolta differenziata ancora non è iniziata o comunque “non decolla”. Sul fronte degli sprechi alimentari, secondo i dati del progetto Reduce del Ministero dell’Ambiente, ogni famiglia getta 84,9 kg di cibo l’anno: circa 2,2 milioni di tonnellate di cibo, per un costo di € 8,5 miliardi. Per incidere su questa situazione, occorre sensibilizzare e informare sulle buone pratiche di programmazione degli acquisti, sulle modalità e tempi di conservazione degli alimenti, sul recupero degli avanzi di cucina, favorendo la forte riduzione del cibo destinato a deteriorarsi. In materia di riduzione dei consumi energetici delle famiglie, i dati raccolti dalle fonti istituzionali mostrano ampi margini di miglioramento, sia nell’ambito del riscaldamento e consumi elettrici delle abitazioni, sia nell’ambito della mobilità urbana. L’efficientamento di edifici, impianti ed elettrodomestici, l’installazione di pannelli solari e le pompe di calore possono ridurre le emissioni, abbattere il fabbisogno energetico nazionale e contribuire a mitigare gli effetti della povertà energetica nelle famiglie disagiate. L’indagine ISTAT 2014 “Consumi energetici delle famiglie” mostra una spesa media per famiglia di € 1.635, ancora molto elevata. L’Italia ha un consumo residenziale crescente (dal 2000 al 2016 +14,6% l’intensità energetica abitazioni in Italia vs -19,3% in UE). Sul fronte della mobilità, il trasporto pubblico non riesce a soddisfare le esigenze di moltissimi cittadini e l’aria delle città diviene irrespirabile, ponendo fra le priorità la diffusione del trasporto intermodale, delle auto elettriche, la condivisione e la razionalizzazione degli spostamenti. Il progetto intende mettere a disposizione delle famiglie informazioni aggiornate, chiare e con suggerimenti di facile applicazione pratica, per la riduzione dei consumi energetici ed il mantenimento di elevati livelli di comfort con bassi livelli di spesa. Altro importante tema è il tasso eccessivo di sostituzione dei beni: apparecchiature tecnologiche (pc, telefoni cellulari ecc.)

precocemente avviate a divenire rifiuti RAAE, perché non si conoscono le possibilità di riparazione, rigenerazione e recupero. E' utile, oltre che informare e sensibilizzare, attivare forme di collaborazione fra cittadini, artigiani, imprese di produzione, rivenditori, per facilitare un circolo virtuoso di contrasto alla precoce obsolescenza, ma anche di recupero a scopo di beneficenza degli apparecchi usati/rigenerati.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati. La globalizzazione ha diffusamente imposto la standardizzazione del prodotto, la delocalizzazione, l'abbandono della qualità e della specificità, sotto la pressione schiacciante della competizione sul prezzo. Ha messo sul mercato produzioni di basso costo, realizzate al prezzo di una cieca indifferenza alle ragioni della sostenibilità ambientale, dei diritti dei lavoratori, dei diritti dei consumatori, del benessere degli animali. Il consumerismo sociale già da anni si fa strada ed emancipa le associazioni dalla veste di esclusiva tutela degli interessi economici, spingendole a promuovere un consumo socialmente responsabile, in grado di influenzare il mercato. Nella quotidiana attività di ascolto dei cittadini ed osservazione delle dinamiche di consumo, emergono bisogni insoddisfatti di informazione e supporto pratico, nonché margini per utili interventi tesi a: indurre adesione emotiva e introiezione dei valori e degli atteggiamenti propri del consumo sostenibile e dell'economia circolare; esemplificare i comportamenti corretti e illustrare gli errori più comuni; correggere falsi miti e credenze (su conservazione cibo, smaltimento rifiuti, risparmio energetico ecc.); veicolare idee nuove per forme collettive di responsabilità e consumo sostenibile; fornire esempi pratici/tutorial per il riuso, la riparazione ed il riciclo dei beni; creare strumenti di collaborazione fra cittadini e fra organizzazioni per la condivisione di risorse e competenze; facilitare l'adozione da parte delle imprese di iniziative di produzione sostenibile ed economia circolare; sollecitare la domanda di mercato verso i prodotti "virtuosi"; facilitare il dialogo e la sinergia fra associazioni dei cittadini e associazioni imprenditoriali; mobilitare le comunità locali con iniziative solidali e welfare di comunità; individuare le dinamiche disfunzionali allo sviluppo dell'economia circolare nel Mezzogiorno, attivando un dialogo ed una collaborazione di lungo periodo con le istituzioni e il Terzo Settore, per iniziative atte a mitigare gli effetti delle carenze infrastrutturali e del ritardo dell'economia "green"; sostenere e diffondere le buone prassi, valorizzare iniziative ed eventi di altri progetti, portare il tema al centro del dibattito mediatico e sui Social (influencers, bloggers, youtubers ecc.); raggiungere, con messaggi educativi dedicati e strumenti di supporto all'azione, i giovanissimi; individuare ostacoli reali e percepiti dai cittadini all'adozione di comportamenti virtuosi di consumo, in aree specifiche e in categorie di target specifiche, creando contenuti aggiuntivi e/o specificamente progettati, per offrire risposte il più possibile in linea con il contesto di riferimento e con i modelli di consumo più diffusi in ciascun ambito socio-economico di intervento.

3.5. Valutazione di impatto

a) Prevista **[Si]** b) Descrivere come sarà realizzata la valutazione ex post, ovvero i risultati conseguiti al termine delle attività e gli impatti raggiunti a due anni dalla conclusione del progetto: La valutazione d'impatto sarà realizzata da Istituto Piepoli, storico ente di ricerca socioeconomica e demoscopica. Sarà un'attenta e precisa analisi che combinerà dati ottenuti da fonti ufficiali e indagini sul campo, con rilevazione di indicatori riconducibili agli indici BES di Istat, con particolare riferimento all'area AMBIENTE, oltre ad indicatori aggiuntivi che riprendano in modo diretto la sostenibilità di produzione e consumo. Sarà realizzata ex post un'indagine sul campo (300 interviste CATI a Imprese + 1.000 interviste CATI/CAWI ai cittadini) con lo specifico intento di valutazione differenziale, nelle aree interessate dal progetto, nonché di verifica degli indicatori di impatto previsti dallo stesso.

3.6. Metodologie.

A) *Innovative rispetto: al contesto territoriale alla tipologia dell'intervento alle attività dell'ente proponente (o partners o collaborazioni, se previste).*
B) *pilota e sperimentali, finalizzate alla messa a punto di modelli di intervento tali da poter essere trasferiti e/o utilizzati in altri contesti territoriali.*
C) **[X]** *di innovazione sociale, ovvero attività, servizi e modelli che soddisfano bisogni sociali (in modo più efficace delle alternative esistenti) e che allo stesso tempo creano nuove relazioni e nuove collaborazioni accrescendo le possibilità di azione per le stesse comunità di riferimento. Specificare le caratteristiche:*

Il progetto mette in circolo conoscenze ed esperienze, sollecitando la collaborazione e lo scambio fra cittadini, esperti, imprenditori, enti ed associazioni. Offrirà spazi pubblici di riconoscimento e valorizzazione del sapere e del saper fare, garantendo il giusto ritorno in termini di immagine a quanti offriranno buon esempio e contributi fattivi o si faranno promotori di iniziative. Il progetto attiverà un dialogo bidirezionale con i consumatori e con le imprese, in un'ottica di responsabilità sociale condivisa tra produzione e consumo. Da anni le imprese lungimiranti e le filiere di qualità del Made in Italy hanno intrapreso il miglioramento delle produzioni, con buone prassi di sostenibilità e di legame con il territorio, innestando sull'attività economica contenuti etici in linea con modelli virtuosi di sviluppo locale: sollecitando la "scelta etica" dei consumatori, nell'acquisto, consumo utilizzo e smaltimento, si chiude il circolo. I contenuti della campagna saranno tradotti in forme audiovisive e di "live show" gradevoli, attuali e fruibili, ricche di esemplificazioni e suggerimenti pratici per colmare il c.d. "value-action gap", che segna la distanza fra i comportamenti socialmente approvati, cui diffusamente si tende, ed i comportamenti effettivi, minati da mancanza di informazioni e strumenti. I materiali sono pensati per una circolazione "virale" sul Web e sui social media e sfruttano i principi della peer education per innescare un meccanismo di partecipazione, disseminazione e rinforzo positivo di notevole potenziale.

4- Risultati attesi (Massimo due pagine)

<i>Destinatari degli interventi</i>	<i>Numero</i>	<i>Modalità di individuazione</i>
<p>Pubblico generale dei consumatori e delle famiglie</p> <ul style="list-style-type: none">- In forma diretta (partecipazione a eventi, al concorso, alle attività sulla piattaforma online)- In forma indiretta (raggiunto con attività di promozione e comunicazione del progetto, con articoli e materiali, con la disseminazione attuata dai soggetti moltiplicatori e soggetti sostenitori esterni del progetto, con media tradizionali, web e social media).	<p>Pubblico raggiunto in forma diretta: 50.000</p> <p>Pubblico raggiunto in forma indiretta: 500.000</p>	<p>Gli eventi a livello locale saranno in buona parte realizzati in piazza, in occasione di manifestazioni pubbliche e fiere, sagre, iniziative dei comuni o di altri soggetti anche del terzo settore operanti sul territorio, in parte presso centri di aggregazione (parrocchie, circoli, centri culturali, centri anziani ecc.) Il pubblico pertanto sarà quello richiamato da tali eventi o dalle organizzazioni che li ospitano. I due eventi di rilievo nazionale (Evento Fiera e workshop al Festival dello Sviluppo Sostenibile) saranno organizzati con ampia attività di promozione mediatica ed in collaborazione con soggetti di diversa natura impegnati nei settori rilevanti. Il pubblico intervenuto potrà ricevere informazione e formazione, a seconda dei casi partecipare a corsi ed attività laboratoriali di riuso e riciclo, interagire con esperti e decision makers presenti, avanzare proposte.</p> <p>Il pubblico raggiunto in forma indiretta sarà:</p> <ul style="list-style-type: none">- l'audience dei canali informativi acquisiti dal progetto (Web + newsletter e pubblicazioni delle associazioni proponenti, dei soggetti sostenitori esterni ecc.)- l'audience dei media tradizionali ed online che ospiteranno i contenuti e le attività del progetto, le interviste ad esperti e testimonial, l'annuncio degli eventi.- L'audience raggiunta dai soggetti moltiplicatori come i docenti delle scuole, le associazioni e gruppi aderenti alle iniziative del progetto- La rete di contatti Social dei consumatori che parteciperanno con propri contributi educativi alla campagna (tutorials, lavori per il Contest ecc.)
Studenti e docenti	5.000	<p>Il progetto curerà la predisposizione di un plico promozionale specificamente destinato alle scuole, contenete oltre alla presentazione del progetto e delle sue attività-materiali-eventi anche dei materiali informativi e proposte di moduli didattici. Le scuole saranno invitate ad ospitare incontri con gli studenti su una o più tematiche fra quelle progettuali ed a partecipare al concorso aperto ai cittadini consumatori con i lavori degli studenti. Le scuole destinatarie dell'invito saranno individuate innanzitutto fra quelle che in passato hanno già condotto progetti con le associazioni proponenti; in secondo luogo fra quelle che hanno attinenza per materia (istituti tecnici, istituti professionali ecc.) tramite consultazione del database MIUR.</p> <p>Anche alcune facoltà universitarie riceveranno una proposta di collaborazione e saranno invitate ad ospitare giornate informative o seminari sui temi dell'economia circolare, con formatori ed esperti del progetto.</p>
Anziani	5.000	<p>Sarà rivolto, a livello nazionale, un invito alla collaborazione alle organizzazioni sindacali dei pensionati, all'Università della Terza età e alle associazioni attive nel settore della terza età. Anche a livello locale, grazie ai contatti ed alle sinergie già consolidate esistenti (in particolare con la FNP CISL e le sue articolazioni su tutto il territorio nazionale), si conta su una fattiva collaborazione per l'organizzazione di incontri, laboratori dimostrativi e corsi sui temi del riuso e del riciclo, nonché la partecipazione alla fase di indagine per l'individuazione dei bisogni di informazione e orientamento specifici di questo gruppo target.</p> <p>Oltre al numero di anziani indicato, raggiunti direttamente, è previsto un buon livello di disseminazione conseguibile tramite le menzionate organizzazioni, che hanno canali informativi dedicati ai loro associati (periodici e newsletters, siti web)</p>
Imprese e organizzazioni imprenditoriali, consorzi ecc.	<p>10 organizzaz. imprenditori ali</p> <p>30 imprese</p>	<p>Questa categoria di stakeholders sarà raggiunta con una specifica proposta di sinergia nella promozione del consumo sostenibile e nella qualificazione dell'offerta di beni e servizi sul piano della sostenibilità. Le imprese saranno incoraggiate a qualificarsi come attente ai temi dell'economia circolare e socialmente responsabili, illustrando i propri sforzi in questa direzione. Ne ricaveranno visibilità ed approvazione utili al loro posizionamento sul mercato. La pregressa collaborazione con le organizzazioni imprenditoriali faciliterà il raggiungimento di un numero soddisfacente di imprese. Il concorso con premiazione pubblica consentirà di conseguire una ulteriore motivazione da parte degli imprenditori.</p>
Associazioni, fondazioni e centri di aggregazione (soggetti	20 di livello nazionale	Tramite attività di contatto avviate dalle associazioni proponenti dal livello nazionale, si prevede di raggiungere con una presentazione del progetto e un invito a collaborare almeno 20 tra i soggetti di questa categoria operanti a livello nazionale o

moltiplicatori) – Enti del Terzo Settore	50 di livello territoriale	sovraregionale; di questi, almeno 5/6 si prevede aderiscano alla proposta e offrano collaborazione, expertise, relatori ad eventi e supporto alla disseminazione (scambio di link, rilancio delle news su eventi, comunicazioni ai rispettivi membri ecc.). Sul livello locale, le sedi periferiche delle associazioni proponenti contatteranno gli enti e soggetti attivi nei rispettivi territori, con una proposta di collaborazione incentrata sugli eventi organizzati nell'ambito del progetto sui territori medesimi. Le modalità di individuazione sul livello nazionale saranno: la rilevanza della mission sui temi del progetto, la partecipazione ad organizzazioni ombrello, alleanze ed iniziative di specifica rilevanza, l'esistenza di pregresse collaborazioni con i proponenti, la conduzione di progetti di interesse sui temi oggetto della campagna. Sul territorio, le modalità di individuazione saranno incentrate sulla capacità di questi soggetti di coinvolgere cittadini e gruppi negli eventi locali del progetto, incrementando la potenziale affluenza di pubblico.
Amministrazioni locali	50	Grazie alla collaborazione di lungo corso con l'ANCI, le associazioni proponenti contano di raggiungere con una comunicazione qualificata molti comuni. Anche a livello territoriale le numerose campagne condotte in passato favoriscono l'adesione delle istituzioni locali. La collaborazione dei comuni risulterà preziosa per l'organizzazione degli eventi, la concessione degli spazi pubblici, i patrocini e l'invio di relatori istituzionali.

Il progetto prevede un risultato di sensibile miglioramento del grado di consapevolezza e attenzione ai temi della sostenibilità e dell'economia circolare su almeno un 60% del pubblico raggiunto nei vari target. I vantaggi in termini individuali (risparmio economico, maggiore comfort, approvazione sociale) e quelli collettivi (percepita utilità per il benessere e progresso generale) appariranno ben chiari e più facilmente conseguibili. Si prevede inoltre di riuscire a suscitare:

- Coinvolgimento e partecipazione attiva per tutti i consumatori che si cimenteranno nel concorso online, creando e rappresentando la loro idea di consumo sostenibile: attiveranno le proprie reti amicali e sui Social network per ottenere supporto e "likes", aiutando la diffusione della campagna
- Maggiore attitudine da parte dei consumatori a cogliere il contenuto di ogni scelta di acquisto e di consumo in termini di impatto sociale ed ambientale.
- Incremento di conoscenza del pubblico riguardo alle caratteristiche che rendono una filiera sostenibile e a quelle che permettono di riconoscerne i prodotti (packaging, certificazioni, etichette, comunicazione di CSR e bilanci di sostenibilità delle aziende); maggiore stimolo a ricercare le informazioni sulla sostenibilità dei prodotti e servizi che si intende acquistare.
- Crescita di una coscienza collettiva che stigmatizza l'inquinamento e il danno ambientale, l'uso spregiudicato delle risorse del territorio e lo spreco alimentare;
- Valorizzazione nell'immaginario collettivo delle imprese e filiere socialmente responsabili ed eco-compatibili con conseguente innesco di meccanismi di sostegno alle produzioni italiane che, nel garantire la sostenibilità, creano occasioni di sviluppo e posti di lavoro.
- Maggiore incentivazione delle aziende ad adottare metodi e processi produttivi rispettosi dell'ambiente, delle risorse naturali impiegate e della comunità locale, grazie ad una risposta di mercato che può motivare gli investimenti necessari.
- Maggiore collaborazione tra gli stakeholders con attivazione di iniziative sinergiche per la valorizzazione delle filiere sostenibili e delle eccellenze italiane (premi, fiere e manifestazioni, certificazioni dedicate e marchi di qualità, codici di condotta, protocolli di intesa ecc.).
- Possibili effetti moltiplicatori e follow up oltre la durata del progetto, scalabilità e replicabilità: si crea un modello di intervento riproducibile in una pluralità di contesti,, anche mediante l'attivazione di iniziative congiunte e sinergie con enti del terzo settore, enti locali e Camere di Commercio, Consorzi di produzioni tipiche, associazioni imprenditoriali, gruppi ed aggregazioni di cittadini socialmente impegnati. Gli stessi strumenti comunicativi e materiali prodotti sono potenzialmente riproducibili in versioni diverse, dedicate a target di pubblico ed ambiti contenutistici specifici.

5 – Attività (Massimo quattro pagine)

Indicare le attività da realizzare per il raggiungimento dei risultati attesi, specificando per ciascuna i contenuti, l'effettivo ambito territoriale, il collegamento con gli obiettivi specifici del progetto. Al fine di compilare il cronoprogramma di progetto è opportuno distinguere con un codice numerico ciascuna attività. In caso di partenariato, descrivere il ruolo di ciascun partner, l'esperienza maturata nel settore di riferimento e la relativa partecipazione alla realizzazione delle azioni programmate.

Senza adottare esclusioni a priori, il progetto svilupperà percorsi educativi e di sensibilizzazione a partire dalle aree centrali di interesse della sostenibilità e dell'economia circolare: filiere e produzioni sostenibili/responsabili, alimentazione a basso impatto ambientale e riduzione dello spreco alimentare, uso dell'energia, uso dell'acqua, raccolta differenziata dei rifiuti, riuso, riciclo e riparazione, condivisione di beni durevoli come i veicoli, condivisione dei percorsi casa-lavoro-scuola e collaborazione tra famiglie per l'accudimento di anziani e bambini (incluso il welfare di comunità), iniziative di comunità locale nella pulizia e valorizzazione delle aree pubbliche, iniziative solidali anche di rigenerazione dei beni tecnologici a fini di beneficenza.

Attività 1: individuazione degli ostacoli reali e percepiti dai cittadini all'adozione di comportamenti virtuosi di consumo, mediante:

a) attività di dialogo sul territorio con esperti e portatori di interessi, imprese e organizzazioni della società civile, soggetti sostenitori esterni del progetto: redazione di un Rapporto di inchiesta con esame delle problematiche emerse nel corso di incontri ed interviste in profondità, con proposte per la rimozione delle barriere evidenziate, come ad esempio i meccanismi disincentivanti del risparmio idrico (tariffazione forfettaria senza contatori), l'assenza di sistemi per la raccolta differenziata dei rifiuti, la scarsa presenza di stazioni di rifornimento per le auto elettriche ed a gas ecc. – *Attività condotta da ADICONSUM*

b) un'indagine fra i consumatori, con sondaggio demoscopico (1000 interviste a cittadini >15 anni con metodo CATI e CAWI e analisi fattoriale), tesa a rilevare le attitudini verso l'economia circolare, gli ostacoli percepiti e i bisogni insoddisfatti in termini di informazione e strumenti per l'adozione di un consumo socialmente responsabile e sostenibile. – *Attività condotta da AECI Lazio con la partnership tecnica di GPF Inspiring Research, qualificato istituto di ricerca.*

Questa attività supporta la progettazione e messa a punto dei materiali usati per la campagna del progetto, nonché il loro adattamento ai bisogni specifici dei vari target di pubblico sia in termini di contenuti che di strumenti/canali di comunicazione.

Attività 2: creazione di materiali

Il progetto produrrà, per ogni ambito tematico dell'economia circolare sul versante consumeristico, una serie coordinata di prodotti e materiali educativi, dalla brochure al video tutorial/videopillole, dalla testimonianza di un cittadino alla dimostrazione pratica di un esperto, dalle FAQ al micro-documentario, dall'infografica, alla storia Instagram, ad altre forme di comunicazione atte a raggiungere un pubblico diversificato con attenzione alla personalizzazione sui vari target di consumatori.

2.1) Serie di video-interviste dal titolo "Fiuta e Rifiuta", una sorta di Live-show in cui i cittadini intervistati da una conduttrice dovranno indovinare il corretto smaltimento differenziato di un rifiuto di dubbia collocazione, ciascuno secondo le regole in uso nella sua città. "Fiuta e Rifiuta" vuole aiutare il decollo della raccolta differenziata o il suo consolidamento nelle abitudini dei cittadini. Agli intervistati verrà domandato in quale sacco o cassonetto andrebbero gettati i diversi tipi di rifiuti mostrati. Il compito di chi condurrà le interviste sarà quello di aiutare gli intervistati a conferire secondo modalità che ad esempio potrebbero essere: sacco plastica e metallo (rappresentato nel live show da una donna vestita in giallo), sacco neutro (rappresentato da un uomo vestito in grigio), cassonetto carta e cartone (rappresentato da un uomo vestito di bianco), cassonetto rifiuti organici e umido domestico (rappresentato da un uomo vestito di marrone), cassonetto vetro (rappresentato da un uomo vestito di verde). Questi cinque personaggi dovranno convincere l'intervistato di essere la persona giusta alla quale affidare il rifiuto. Si creerà così una gag simpatica grazie agli stratagemmi e giustificazioni usati dai personaggi per farsi scegliere, e grazie al montaggio veloce e selettivo sulle parti più divertenti. Attraverso una grafica intuitiva, si annuncerà se la risposta è giusta o sbagliata, informando così lo spettatore del sacco o cassonetto corretto da scegliere. Lo scopo è utilizzare esempi pratici con oggetti e rifiuti vari di uso comune e quotidiano che spesso possono creare nel cittadino dubbi sul corretto smaltimento, per mostrare in modo chiaro e divertente in quale sacco o cassonetto devono essere scrupolosamente gettati. Gli spettatori acquisiranno così, in maniera veloce e leggera, una maggiore conoscenza nei confronti di un tema fondamentale e avranno inoltre una presentazione degli strumenti oggi disponibili per conferire in maniera corretta. Gli attori di questi video saranno i volontari dell'associazione CODICI - Centro per i Diritti del Cittadino mentre gli intervistati saranno reali cittadini di passaggio della città protagonista del video. – *Attività condotta da CODICI*

2.2) Serie di 10 "Cooking show" in piazza con chef stellati, in altrettante città italiane. Come strumento di contrasto allo spreco alimentare nelle famiglie, con un approccio innovativo andremo nelle piazze italiane e realizzeremo cooking show con chef professionisti anche noti al grande pubblico, mostrando ai cittadini com'è possibile realizzare dei piatti prelibati partendo da quello che avanza nelle proprie cucine o dispense, invece di gettarlo via con i rifiuti. Gli show saranno realizzati in occasione di

eventi e manifestazioni pubbliche come sagre, fiere e iniziative, in collaborazione con enti del Terzo Settore, imprese e loro associazioni, Comuni ed altre istituzioni, in modo da massimizzarne la visibilità e ottimizzare l'affluenza di pubblico, sollecitando anche la copertura mediatica sul livello locale. Ai consigli per il recupero e riutilizzo degli avanzi, saranno affiancate informazioni sulla corretta programmazione degli acquisti in base alla durabilità degli alimenti, sulle corrette modalità di conservazione dei cibi cucinati in base al prodotto di partenza, al metodo di cottura ecc., in modo da realizzare una concreta attività di prevenzione dello spreco e rispondere agli interrogativi e dubbi dei consumatori, che talora non hanno le conoscenze atte a valutare se un cibo avanzato sia potenzialmente deteriorato o meno e spesso lo gettano via per non correre rischi. Sarà anche sollecitata una riflessione sul versante della solidarietà e la partecipazione ad iniziative di beneficenza alimentare. – *Attività condotta da CODICI*

2.3) Serie di 12 videotutorial/videopillole per stimolare comportamenti virtuosi, dedicati a : risparmio utenze domestiche (Acqua-Luce-Gas), riciclo e riutilizzo (fai-da-te, alimenti, materiali, PC, cellulari ecc.), corretto riciclo e conferimento rifiuti, Km Zero/ Filiera Corta, car sharing e auto elettrica. I video saranno di facile comprensione e breve durata (max 4 minuti), concepiti in modo da catturare l'attenzione e coinvolgere il pubblico grazie alla forte vicinanza con i temi e dubbi del vissuto quotidiano. Saranno trasmessi attraverso piattaforma Youtube, disponibili sul sito dedicato e portali collegati. – *Attività condotta da AECI Lazio e da ADICONSUM*

2.4) Serie di almeno 4 videointerviste a Imprese/Rappresentanti di settore che si sono distinti in una best practice di economia circolare: uso di materie prime seconde, abbattimento dei rifiuti e scarti di lavorazione, miglioramento della durabilità dei prodotti e servizi, offerta di servizi di riparazione e/o rigenerazione degli apparecchi, uso di imballaggi ecologici ecc. Il riconoscimento di valore alle imprese virtuose è inteso a supportare scelte di acquisto consapevoli e attente alla sostenibilità da parte dei consumatori. – *Attività condotta da ADICONSUM, da CODICI e da AECI Lazio*

2.5) Brochure + locandina del progetto + banner web + videoclip a scopo promozionale. Creazione dell'identità visuale della campagna, del logo e dello slogan, del materiale utile a veicolare sul livello nazionale e locale i suoi messaggi al più ampio pubblico possibile sia in forma diretta che tramite i mass-media ed i soggetti moltiplicatori. Creazione di "kit" promozionali dedicati, diretti a pubblici specifici come le scuole, i centri anziani ecc. - *Attività condotta da ADICONSUM*

2.6) Siti web delle associazioni partecipanti e Sito web con piattaforma online del progetto, social media. Oltre alle pagine dedicate sui siti Web dei partner, alla diffusione tramite le loro pubblicazioni e canali dedicati agli iscritti, incluse pagine Social, il progetto prevede un proprio sito Web con annessa Piattaforma online di collaborazione e scambio (vedi successivo punto 3 delle attività). Il sito avrà una sezione statica e una sezione dinamica e fornirà tutte le informazioni/materiali prodotti sulle aree tematiche del progetto, rivolgendosi sia ai consumatori che alle imprese. Sarà ottimizzato per l'indicizzazione sui motori di ricerca e veicolerà i contenuti anche sui profili social (Facebook, Twitter, Plus ed altri). Il Sito/Piattaforma sarà progettato nel rispetto delle regole internazionali (w3c, ssl ed altre) e pubblicizzato con campagna attraverso i migliori strumenti di web marketing (Google Ad Grants e Campagna SEO -Search Engine Optimization). Sarà organizzato su diverse sezioni (informativa/divulgativa sulle tematiche, di approfondimento su attività ed eventi del progetto, interattiva con utenti). Sono previsti la funzione Chat Bot (programma che simula una conversazione tra robot ed essere umano con una serie di risposte automatiche a domande FAQ pre-impostate), un aggregatore di notizie FEED RSS (con aggiornamento news ogni 60 minuti) e collegamenti con piattaforme per la visione di webinar, videopillole e videointerviste. Il sito ospiterà link a iniziative e progetti dei soggetti moltiplicatori e dei sostenitori esterni impegnati sulle tematiche dell'economia circolare. Come strumenti interattivi per gli Utenti conterrà un TEST educativo per dare la possibilità in tono giocoso di "mettersi alla prova" sui più frequenti errori commessi nei comportamenti di acquisto e consumo, un sistema di Chat online con operatore attivo e disponibile a rispondere in tempo reale su quesiti, dubbi e curiosità, indirizzando gli utenti al corretto servizio o informazione ricercati. Particolare attenzione sarà riservata agli utenti disabili con struttura web per accesso senza difficoltà (o con minori impedimenti) al contenuto dei siti web con applicativi per l'alto contrasto e la variazione della grandezza del testo e sintetizzatore vocale per la lettura degli articoli. – *Attività condotta da Adiconsum, CODICI e AECI Lazio + sito Web a cura di AECI Lazio*

Attività 3: piattaforma online di scambio e collaborazione – concorso imprese e concorso consumatori

Il progetto prevede anche attività di collaborazione e scambio sul web, mediante **Piattaforma assistita da esperti e integrata nel sito Web di progetto** di cui al precedente punto 2.6. **Gli esperti produrranno Videopillole, fungeranno da tutor, facilitatori, promotori di iniziative e scambio di buone prassi**, attiveranno percorsi di trasmissione a cascata e coinvolgeranno soggetti moltiplicatori. **Anche i cittadini consumatori potranno contribuire con proposte, testimonianze, tutorial, offerte di aiuto** (tipo banca del tempo) ecc. Sarà anche un luogo di incontro per le realtà del sociale impegnate nella difesa dell'ambiente, nella promozione di stili di vita sostenibili, nella solidarietà e nell'inclusione sociale dei soggetti svantaggiati, offrendo visibilità e riconoscimento alle loro attività ed iniziative che concorrono alla promozione dell'economia circolare e del welfare di comunità. Per sensibilizzare e premiare comportamenti positivi e best practice, la **Piattaforma ospiterà un Concorso fra i consumatori e uno fra imprese**, con votazione online da parte dei cittadini. Sono previsti Premi sia per il Contest riservato ai Consumatori, sia per quello riservato alle

Imprese, nonché pubblicazione di interviste ai consumatori e alle imprese le cui iniziative/contributi saranno stati maggiormente apprezzati dal pubblico. Il concorso fra i consumatori sarà suddiviso in due categorie: 1) la best practice di comportamento o di acquisto; 2) il più bel video di promozione dell'economia circolare (potranno partecipare con montaggi animati di fotografie, con testi e/o interviste, tutorial per il riciclo, il riuso e la condivisione di risorse e beni ecc.). Il concorso tra imprese sarà suddiviso in 2 fasi: 1) caricamento dell'iniziativa/attività circolare da parte delle imprese su sezione dedicata del sito con diffusione mediatica sui profili social ; 2) votazione tramite piattaforma e giuria di consumatori + Associazioni di Consumatori. – *Attività condotta da AECI Lazio. Adiconsum coordina la partecipazione di imprese e consumatori ai rispettivi concorsi.*

Attività 4: serie di eventi e iniziative sul territorio

Il progetto non prevede una serie schematica di grandi eventi, ma mette a disposizione dei suoi terminali territoriali in tutta Italia **gli strumenti per implementare un numero consistente di campagne ed iniziative pubbliche a livello locale di elevata qualità ed impatto**, organizzandole ciascuno in relazione alle opportunità offerte dalla comunità locale e coerenza con suoi i legami:

- nel Terzo Settore, con associazioni, fondazioni, organizzazioni ombrello ed iniziative di lungo corso
- sul versante istituzionale, con i comuni e le camere di Commercio
- con le scuole e le università
- con i centri di aggregazione come parrocchie, centri anziani, circoli ricreativi e sportivi ecc.
- con le imprese presenti sul territorio più sensibili ed attive al tema dell'economia circolare e con le loro associazioni

Su ogni tematica saranno resi disponibili, oltre ai materiali, **percorsi guidati a carattere organizzativo per il coinvolgimento del pubblico e degli stakeholders, format per le varie tipologie di evento** (dall'allestimento degli spazi alla preparazione della scaletta, all'invito delle personalità e degli esperti, al raggiungimento del target di pubblico, al lavoro di promozione mediatica...), supporto di tutorship organizzativo/logistica, invio di relatori ed esperti dal gruppo di lavoro nazionale del progetto. Si tratterà di brevi Vademecum con Linee Guida e strumenti operativi per facilitare i manager locali delle associazioni, che devono essere assistiti nell'organizzare eventi di qualità.

In pratica, ogni sede regionale o territoriale delle associazioni proponenti che partecipa all'implementazione delle attività progettuali, organizzerà un'attività a piacere scegliendola in una rosa di proposte, corredate da utilissimi strumenti di supporto:

- **workshop**, convegno, lezione in una o più università
- stand in una fiera o sagra o evento rilevante sul piano tematico
- **evento tipo "cooking show" con chef professionisti**, in piazza, in occasione di una manifestazione pubblica oppure organizzato presso una struttura ospite (ristorante, hotel, centro congressi), per valorizzare il recupero degli avanzi di cucina;
- **incontro informativo con gruppo specifico di consumatori** (anziani, disabili, casalinghe, gruppo scout...) oppure organizzato in collaborazione con un circolo, una parrocchia, un'associazione ecc. con adattamento concordato dei messaggi e dei temi alle esigenze specifiche del target
- **incontro o altra tipologia di evento in una scuola** (dalla primaria alla secondaria di secondo grado, con specifico programma, materiali e contenuti)
- **laboratori dimostrativi e brevi corsi per insegnare il "fai da te" circolare**: riparare, ri-valorizzare, ottimizzare gli acquisti ecc.
- **iniziative cittadine come banche del tempo, mutuo aiuto e volontariato, trasferimento delle conoscenze dagli anziani ai giovani o viceversa** (ad esempio gli anziani insegnano ai giovani la manualità e la saggezza dell'economia domestica "dei tempi di scarso benessere" e i giovani insegnano agli anziani le nuove tecnologie)
- **iniziative di raccolta e ricondizionamento di beni tecnologici usati (PC, cellulari ecc.)**, anche con annesse attività di devoluzione in beneficenza
- **iniziative di raccolta e redistribuzione di beni usati** come abiti, utensili, mobili ecc. per recuperarli anziché trasformarli in rifiuti
- realizzazione di un Webinar con esperti su temi di rilievo come il risparmio energetico in casa, l'auto elettrica, ecc.

Ai partecipanti ai diversi eventi sul territorio saranno distribuiti nelle occasioni opportune degli **Attestati di Partecipazione o Attestati di Merito.**

Ciascun evento potrà essere dedicato a una o più Aree tematiche afferenti i concetti del consumo sostenibile e dell'economia circolare, a seconda della tipologia del territorio nel quale l'evento avrà luogo e del Target da raggiungere:

- Risparmio energetico (elettricità, acqua, gas, coibentazione)
- Incontro di sensibilizzazione a modelli sostenibili di produzione e consumo
- Ciclo dei rifiuti: riduzione sprechi, minima produzione e corretto conferimento, miti e leggende metropolitane da sfatare
- Riciclo e riuso: Fai-da-te (laboratori manuali)
- Riciclo e riuso: iniziative di raccolta/ricondizionamento materiali vari (PC/cellulari, abiti, utensili/mobili)
- Riciclo e riuso: Food e alimentazione (tipo cooking show)

Attività condotta da Adiconsum, CODICI e AECI Lazio con le seguenti modalità: Adiconsum organizzerà n. 20 eventi territoriali, CODICI organizzerà n. 10 eventi territoriali e AECI Lazio organizzerà n. 10 eventi territoriali, in modo da coprire ogni regione con almeno due eventi pubblici.

Attività 5: Iniziativa di rilevanza nazionale – Evento fiera

Il progetto prevede un **Evento Fiera di più giornate, con location probabilmente a Roma**, con stand espositivi di produttori per “mettere in mostra” filiere produttive ed aziende che vantano un impegno per la sostenibilità ambientale e la collaborazione con le comunità locali, best practice di economia circolare, laboratori dimostrativi e corsi gratuiti per i cittadini e le imprese. **L’evento prevede spazi espositivi con mostra fotografica ed esposizione dei lavori per il concorso, oltre a un Workshop finale** con ospiti di livello nazionale, per:

- la presentazione dei risultati del progetto,
- la discussione delle prospettive di sviluppo futuro dell’economia circolare sul versante consumeristico,
- la presentazione di buone prassi ed altre iniziative/progetti in corso fra le organizzazioni della società civile, quelle imprenditoriali, le istituzioni dei settori coinvolti e le amministrazioni locali,
- la premiazione ufficiale del Contest del progetto riservato alle imprese e di quello riservato ai consumatori.

Attività condotta da ADICONSUM, IN STRETTA COLLABORAZIONE CON AECI LAZIO e CODICI

Attività 6: partecipazione al Festival dello Sviluppo Sostenibile organizzato dall’ASVIS (maggio-giugno 2020)

Il progetto prevede di organizzare in occasione del **FESTIVAL 2020** (ogni anno tra l’ultima settimana di maggio e la prima di giugno) una serie di eventi territoriali come sopra descritti alla voce “Attività 4”. Gli eventi saranno promossi in collaborazione con **ASVIS** nell’ambito delle iniziative promosse dalla manifestazione e potranno godere della relativa visibilità nonché del riconoscimento istituzionale; inoltre, sarà organizzato un workshop con esperti e stakeholders (circa 30 partecipanti) presso la sede principale del festival.

Attività condotta da ADICONSUM

Esperienza nel settore di riferimento

Le tre associazioni proponenti hanno grande esperienza nella conduzione di campagne di educazione sociale, sia rivolte al pubblico generale che alle scuole ed a gruppi specifici. Esse dispongono di qualificate professionalità nei settori interessati dalla campagna e nel campo della comunicazione e dell’organizzazione di eventi, delle relazioni esterne e della ricerca sociale, nonché nella conduzione di progetti. Dispongono di una rete capillare di sportelli territoriali, che operano in stretta sinergia con numerosi soggetti istituzionali e non, a livello locale (rappresentanti dei consumatori nelle Camere di Commercio, partnership con comuni e regioni in progetti ed iniziative ecc.). Nell’ambito del presente progetto, i partner collaboreranno in modo sistematico per la produzione dei materiali, dei format per gli eventi locali e delle attività online, degli strumenti di comunicazione e promozione progettuale, in modo da garantire la massima omogeneità di approccio metodologico, un elevato livello qualitativo ed un costante riferimento agli indicatori scelti per la valutazione.



6 - Cronogramma delle attività, redatto conformemente al modello seguente:

Attività di riferimento di cui al precedente paragrafo n. 7	Mesi (colorare le celle interessate)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Attività 1: individuazione degli ostacoli reali e percepiti dai cittadini all'adozione di comportamenti virtuosi di consumo mediante attività demoscopiche rivolte ai cittadini e incontri con stakeholders															
Attività 2: creazione di materiali: videopillole, videointerviste, serie "Fiuta e Rifiuta" , format e scaletta per eventi live "Cooking show" Format e Linee Guida per eventi territoriali, kit per le scuole, materiali promozionali del progetto ecc.															
Attività 3: piattaforma online di scambio e collaborazione, con sezione statica e sezione interattiva + servizio di informazione e orientamento ai cittadini															
Attività 4: serie di eventi e iniziative sul territorio, coinvolgimento stakeholders, soggetti moltiplicatori e soggetti terzo settore															
Attività 5: Iniziativa di rilevanza nazionale – Evento fiera, premiazione Contest imprese e Contest consumatori, Workshop															
Attività 6: partecipazione al Festival dello Sviluppo Sostenibile organizzato dall'ASVIS a maggio - giugno 2020															

7a - Risorse umane

Indicare per gruppi omogenei il numero e la tipologia di risorse umane impiegate – esclusi i volontari - per la realizzazione del progetto

	Numero	Tipo attività che verrà svolta (e) (1)	Ente di appartenenza	Livello di Inquadramento professionale (2)	Forma contrattuale (3)	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	1	COD A	ADICONSUM		Dipendente a tempo indeterminato	€ 5825 (A1)
2	1	COD A	ADICONSUM	CONTRATTO PRESTAZIONE D'OPERA SOGGETTO AD IVA	Collaboratore esterno	€ 10675 (A1)
3	2	COD B	ADICONSUM		Dipendenti a tempo indeterminato	€ 40000 (B1)
4	2	COD C	ADICONSUM		Dipendenti a tempo determinato/indefinito	€ 18000 (C1)
5	2	COD D	ADICONSUM		Dipendenti a tempo indeterminato	€ 10200 (D1)
6	1	COD D	ADICONSUM	CONTRATTO PRESTAZIONE D'OPERA SOGGETTO AD IVA	Collaboratore esterno	€ 21350 (D1)
7	1	COD D	ADICONSUM	CONTRATTO PRESTAZIONE OCCASIONALE	Collaboratore esterno	€ 10.000 (D1)
8	1	cod. A	A.E.C.I. Lazio	fascia C	Collaboratore esterno	A € 7.000,00
9	10	cod. B	A.E.C.I. Lazio	fascia C	Collaboratore esterno	B € 27.000,00
10	2	cod. B	A.E.C.I. Lazio		Dipendenti	B € 8.000,00
11	1	cod. C	A.E.C.I. Lazio	fascia C	Collaboratore esterno	C € 13.000,00
12	1	cod. C	A.E.C.I. Lazio		Dipendenti	C € 8.500,00
13	3	cod. D	A.E.C.I. Lazio	fascia C	Collaboratore esterno	D € 34.000,00
14	2	cod. D	A.E.C.I. Lazio		Dipendenti	D € 9.500,00

15	1	COD B	CODICI	LIVELLO IV	IMPIEGATO TEMPO INDETERMINATO	17.000 (B1)
16	1	COD C	CODICI	LIVELLO IV	IMPIEGATO TEMPO INDETERMINATO	14.000 (C1)
17	1	COD D	CODICI	LIVELLO IV	IMPIEGATO TEMPO DETERMINATO	20.000 (D1)
18	1	COD D	CODICI	LIVELLO IV	IMPIEGATO TEMPO DETERMINATO	20.000 (D1)
19	1	COD D	CODICI	LIVELLO IV	APPRENDISTATO PROFESS.	8.600 (D1)

(1): "Attività svolta": indicare: cod. "A" per "Progettazione", cod. "B" per "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione", cod. "C" per "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto", cod. "D" per Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".

(2) Livello di inquadramento professionale: specificare per gruppi uniformi le fasce di livello professionale così come previsto nella "Sez. B – Spese relative alle risorse umane" della Circ. 2/2009, applicandole per analogia anche riguardo al personale dipendente (vedi nota n° 3 sotto riportata).

(3): "Forma contrattuale": specificare "Dipendente" se assunto a tempo indeterminato o determinato; "Collaboratore esterno" nel caso di contratti professionali, contratto occasionale ecc.

7b. Volontari

Indicare per gruppi omogenei il numero e la tipologia di volontari coinvolti nella realizzazione del progetto

	Numero	Tipo attività che verrà svolta (e) (1)	Ente di appartenenza	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	4	COD D	CODICI	1.000
2	4	COD D	CODICI	5.000
3	4	cod. B	A.E.C.I. Lazio	D6 € 3.000,00
4	4	cod. B	A.E.C.I. Lazio	D8 € 500,00
5				
6				
7				
8				

(1): "Attività svolta": indicare: cod. "A" per "Progettazione", cod. "B" per "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione", cod. "C" per "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto", cod. "D" per Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".

8 – Collaborazioni

Descrivere eventuali collaborazioni con soggetti pubblici o privati operanti (cfr. paragrafo 6 dell'Avviso 1/2018), le modalità di collaborazione e le attività che verranno svolte in collaborazione nonché le finalità delle collaborazioni stesse. In caso di collaborazioni, dovrà essere allegata al presente modello la documentazione prevista al paragrafo 6 dell'Avviso.

- **Regione Lombardia.** La DG ATTIVITA' PRODUTTIVE DI REGIONE LOMBARDIA si occupa a livello regionale sia dell'armonizzazione delle attività produttive, commercio e consumatori. **Ruolo nel progetto:** diffusione del materiale di progetto presso le sedi istituzionali dell'ente e sostegno logistico per l'organizzazione di azioni di progetto

- **ECODOM.** Ecodom (Consorzio Italiano per il Recupero e Riciclaggio Elettrodomestici), è un consorzio privato, senza fini di lucro, che si occupa anche della gestione dei Rifiuti da Pile e Accumulatori. Iniziativa particolarmente rilevante per la presente proposta con cui si creerà una sinergia è il Concorso Storie di Economia Circolare e l'Atlante Italiano di Economia Circolare (www.economiacircolare.com), che ECODOM promuove insieme a CDCA (Centro di Documentazione sui Conflitti Ambientali in Italia). Il Concorso permette ai cittadini di premiare le esperienze più significative di economia circolare raccontate attraverso video, foto, radio e scrittura. **Ruolo nel progetto:** Partecipazione negli eventi a livello nazionale, creazione di sinergia con altre iniziative rilevanti, promozione del progetto attraverso i propri canali, contributo in termine di expertise e contenuti per la realizzazione di interviste, videopillole.

- **Coordinamento FREE.** Il Coordinamento FREE (Coordinamento Fonti Rinnovabili ed Efficienza Energetica) è un'Associazione che raccoglie attualmente, in qualità di Soci, 26 Associazioni in toto o in parte attive in tali settori, oltre ad un ampio ventaglio di Enti e Associazioni che hanno chiesto di aderire come Aderenti (senza ruoli decisionali) ed è pertanto la più grande Associazione del settore presente in Italia. Il Coordinamento FREE ha lo scopo di promuovere lo sviluppo delle rinnovabili e dell'efficienza energetica nel quadro di un modello sociale ed economico ambientalmente sostenibile, della decarbonizzazione dell'economia e del taglio delle emissioni climalteranti, avviando un'azione più coesa delle Associazioni e degli Enti che ne fanno parte anche nei confronti di tutte le Istituzioni. **Ruolo nel progetto:** Partecipazione negli eventi a livello nazionale, creazione di sinergia con altre iniziative rilevanti, promozione del progetto attraverso i propri canali, contributo in termine di expertise e contenuti per la realizzazione di interviste, videopillole

- **ITPI – Istituto per la Tutela dei Produttori Italiani.** L'Istituto per la Tutela Dei Produttori Italiani è un organismo nazionale iscritto al CNEL che ha la funzione di tutelare, valorizzare e promuovere il Made in Italy. Nell'ambito della promozione, l'Istituto si è posto l'obiettivo di creare una serie di strumenti volti ad edificare una solida rete di scambio di informazioni tra i produttori, gli enti appartenenti al Sistema di Certificazione e i consumatori.

Ruolo nel progetto: Partecipazione alla fiera e coinvolgimento negli eventi a livello locale, promozione del progetto attraverso i propri canali, contributo in termine di expertise e contenuti per la realizzazione di interviste, videopillole, segnalazione e condivisione delle best practice delle aziende facenti parte dell'istituto

- **A2A SpA:** è una multi-utility che si occupa di gestione servizio idrico, energetico, ciclo rifiuti, teleriscaldamento, produzione energetica orientata al rispetto dall'ambiente. In questo ambito svolge un ruolo fondamentale A2A Ambiente, società nata come risultato dell'esperienza e delle competenze acquisite da A2A nel settore ambientale in Italia e all'estero. Rilevanti gli investimenti in nuove tecnologie IoT (Internet of Things) con soluzioni per la gestione dei servizi per le smart city. A2A S.p.A. è una multiservizi con oltre 100 anni di attività che ha scelto di approcciare il proprio sviluppo industriale partendo dalla sostenibilità. Nel novembre 2015, è stato deliberato l'avvio di un programma di sviluppo delle attività Corporate Social Responsibility, in linea con le migliori pratiche internazionali. Tra gli obiettivi principali del Programma è stata prevista l'elaborazione di una Politica di Sostenibilità del Gruppo e la definizione di un Piano di Sostenibilità, che prevede obiettivi quantificabili in un orizzonte temporale coerente con il Piano Industriale, e che nel 2017 è stato aggiornato per il quinquennio (2018-2022). **Ruolo nel progetto:** supporto all'attività promozionale del progetto attraverso i canali di comunicazione istituzionali, diffondendo i materiali e i contenuti prodotti dai responsabili del progetto stesso, segnalazione e condivisione delle best practice individuate nella propria attività in Comuni o Aziende collegate, in maniera da evidenziare modelli sostenibili di produzione e consumo, disponibilità a partecipare alla conferenza- organizzata come evento conclusivo del progetto.

- **ACEA SpA:** è una multi-utility integrata, leader nel mercato italiano, attiva nella gestione e nello sviluppo di reti e servizi nei business dell'acqua, dell'energia e dell'ambiente. Tra le attività: servizio idrico integrato, produzione di energia, in particolare da fonti rinnovabili, vendita e distribuzione di elettricità, illuminazione pubblica e artistica, smaltimento e valorizzazione energetica dei rifiuti. Acea è il primo operatore nazionale nel settore idrico con circa 9 milioni di abitanti serviti nel Lazio, Toscana, Umbria e Campania; tra i principali player italiani nell'energia con circa 6,8 TWh di elettricità venduta e nelle reti con circa 10 TWh di elettricità distribuita nella città di Roma. È il sesto operatore in Italia nel settore ambiente con oltre un milione di tonnellate di rifiuti trattati (il dato include le ceneri smaltite). **Ruolo nel progetto:** supporto all'attività promozionale del progetto attraverso i canali di comunicazione istituzionali, diffondendo i materiali e i contenuti prodotti dai responsabili del progetto stesso, segnalazione e condivisione delle best practice individuate nella propria attività in Comuni o Aziende collegate, in maniera da evidenziare modelli sostenibili di produzione e consumo, disponibilità a partecipare alla conferenza- organizzata come evento conclusivo del progetto.

OIC – Osservatorio Imprese e Consumatori ha lo scopo primario di definire ed aggiornare le buone pratiche per migliorare, in ogni comparto, la collaborazione tra Imprese e Consumatori. Tra i valori fondanti, OIC crede e opera affinché l'economia sia un mezzo e non il fine di ogni attività umana, l'ambiente deve essere tutelato per salvaguardare il più importante patrimonio dell'umanità: il Pianeta, lo Stato deve aiutare le imprese rispettose dell'ambiente, impegnate a promuovere un cambiamento positivo nella società e che reinvestano la ricchezza prodotta. **Ruolo nel progetto:** segnalazione e condivisione delle best practice individuate nelle Imprese della propria cerchia di attività e riferimento in maniera da individuare e proporre modelli sostenibili di produzione e consumo, supporto all'attività divulgativa del progetto attraverso i canali di comunicazione istituzionali, partecipazione all'Evento Fiera conclusivo del progetto.

- **Comune di Melpignano (LE):** comune virtuoso in provincia di Lecce in cui Istituzioni e parte degli abitanti hanno fondato una cooperativa di servizi al fine di cooperare per il bene del territorio. Oggi a distanza di 8 anni, la comunità si è distinta per un nuovo concetto di comunità e patrimonio condiviso dove i cittadini sono realmente il motore primo del proprio progresso. Fa parte dei Borghi della Felicità (progetto di cittadinanza attiva il cui obiettivo è aumentare il benessere complessivo della comunità con azioni sostenibili sul piano ambientale, sociale ed economico), è tra i primi Comuni in Puglia con la maggior area solarizzata attraverso i pannelli fotovoltaici sui tetti e particolarmente attivo nella sensibilizzazione al risparmio idrico. **Ruolo nel progetto:** attraverso i propri canali comunicazione, il comune darà visibilità alle attività progettuali permettendo di raggiungere un elevato numero di contatti in Target e diventare cassa di risonanza per gli obiettivi prefissati.

- **CONFASSOCIAZIONI AMBIENTE:** branch di categoria di Confassociazioni - Confederazione delle Associazioni Professionali - soggetto di rappresentanza unitaria delle Federazioni, dei Coordinamenti e delle Associazioni che esercitano attività professionali "non organizzate in ordini e collegi", in Italia ed in Europa. Confassociazioni riunisce circa 356 associazioni professionali in rappresentanza di quasi 700.000 professionisti e oltre 130.000 imprese. Confassociazioni Ambiente è nata con la mission di attivare le coscienze più sensibili, ma anche di risvegliare quelle assopite sui temi ambientali e di mettere a sistema ogni contributo possibile. Il nostro sogno è rendere ogni singolo cittadino consapevole, affinché dia il suo contributo, anche se piccolo, a reindirizzare il consumo, il sistema imprenditoriale, l'informazione, l'istruzione e ogni altra componente verso un diverso modello di società. **Ruolo nel progetto:** segnalazione e condivisione delle best practice individuate nelle Imprese della propria cerchia di attività e riferimento in maniera da individuare e proporre modelli sostenibili di produzione e consumo, supporto all'attività divulgativa del progetto attraverso i canali di comunicazione istituzionali, partecipazione all'Evento Fiera conclusivo del progetto.

- **ARA Basilicata - Associazione Regionale Allevatori:** L'Associazione Regionale Allevatori della Basilicata è un'associazione senza fini di lucro che rappresenta la categoria delle persone e delle imprese titolari di aziende tenutarie di animali da allevamento. Essa si propone di attuare tutte le iniziative che possano utilmente contribuire ad un più rapido miglioramento del bestiame allevato, nonché tutte le iniziative che possano utilmente contribuire ad una più economica gestione aziendale ed al miglioramento del risultato economico dell'impresa zootecnica e ad una più efficiente valorizzazione del bestiame stesso e dei prodotti da questo derivati. L'Associazione, quale organismo tecnico di servizio agli allevatori, collabora con la Regione Basilicata e con tutti gli altri Enti o organizzazioni agricole interessati, regionali, nazionali ed internazionali. **Ruolo nel progetto:** messa a disposizione di expertise specifica sui temi della sostenibilità nella filiera agricola e zootecnica, contributo alle video-pillole, partecipazione ad eventi del progetto con propri relatori, promozione del concorso per le imprese tra i propri associati.

- **A.E.C.I. Nazionale (Associazione Europea Consumatori Indipendenti)** nasce nel marzo 2003 con l'obiettivo esclusivo di tutelare, difendere e informare il consumatore a 360°, così come stabilito dalla legge 281/98. È indipendente, apartitica, aconfessionale, laica, democratica e opera senza fini di lucro, ispirando la propria attività ai principi dei trattati istitutivi della Comunità Europea. Persegue obiettivi di solidarietà e promozione sociale, attività di sostegno, formazione e informazione a favore di chi è svantaggiato per condizioni fisiche, psichiche, economiche, sociali o familiari. **Ruolo nel progetto:** disponibilità delle sedi A.E.C.I. sul territorio nazionale, così come da allegato alla lettera di impegno, a supportare le attività del progetto, fornire informazioni, realizzare laboratori ed eventi territoriali secondo i format ideati; supporto all'attività promozionale del progetto attraverso i canali di comunicazione istituzionali e social, diffondendo i materiali e i contenuti prodotti dai responsabili del progetto stesso, nelle modalità operative da concordare insieme; partecipazione all'Evento Fiera conclusivo del progetto

Alcuni Enti, pubblici o privati, hanno espresso vivo apprezzamento per il progetto e le sue attività, formalizzandolo in una lettera di supporto (allegata alla presente proposta) ma non è stato possibile, per motivi legati alle tempistiche di deliberazione e formalizzazione, acquisire il formulario di adesione previsto dal Bando, firmato in originale dal legale rappresentante. Si segnala a scopo meramente informativo, nella consapevolezza della non validità a fini

dell' attribuzione di punteggio, che questi soggetti parteciperanno alle attività progettuali offrendo expertise, relatori ad eventi, materiali di supporto e collaborazione sul piano metodologico e/o della disseminazione.

Elenco delle ADESIONI SENZA FIRMA DIGITALE

- IMT Scuola di Alti Studi Lucca – Prof. Angelo Facchini (Ingegneria)
- ANTEAS Torino
- IIS M. Reali di Noto (SR)
- ANTEAS Firenze
- CISL SISTEMA SERVIZI FIRENZE SRL
- ALIA SPA
- Quartiere Comune di Firenze
- Associazione Ecologia e Lavoro
- Circolo didattico "G. Pascoli" , Grumo Nevano (NA)
- Comune di Sant'Antimo (NA)
- AFAP - Associazione Forze Armate e di Polizia

9 - Affidamento di specifiche attività a soggetti terzi (delegati).

Specificare quali attività come descritte al punto 3 devono essere affidate in tutto o in parte a soggetti terzi delegati (definiti come al punto 4.2 della citata Circ. 2/2009), evidenziando le caratteristiche del delegato. Non sono affidabili a delegati le attività di direzione, coordinamento e gestione (segreteria organizzativa). E' necessario esplicitare adeguatamente i contenuti delle deleghe con riferimento alle specifiche attività o fasi.

La valutazione d'impatto di cui al punto 3.5 sarà realizzata da Istituto Piepoli, Istituto indipendente di ricerca e nome storico a livello nazionale nel settore dei sondaggi e rilevazioni statistiche, con rilevanti esperienze anche a livello internazionale. Nel 2016 è entrato come membro attivo nel network internazionale The Research Alliance che gli ha permesso di ottenere a livello internazionale alcune delle sue expertise di ricerca, quali E-Sat e Smart Poll. Istituto Piepoli collabora con Ice – Istituto Nazionale per il Commercio Estero nel progetto "Made in Italy", monitorando il livello di soddisfazione delle delegazioni imprenditoriali durante le varie missioni all'estero.

La valutazione d'impatto sarà un'attenta e precisa analisi che combinerà dati e osservazioni raccolti presso fonti ufficiali e indagini sul campo, con l'obiettivo di definire e rilevare indicatori riconducibili agli indici BES di Istat, individuati dal Ministero come utili a definire l'impatto delle azioni promosse dalle Associazioni proponenti.

Tra i BES, si individua la centralità dell'area AMBIENTE, che si reputa sia la più adatta alla valutazione ex-post richiesta. Istituto Piepoli riprenderà alcuni degli indicatori dell'area, in particolare quelli più vicini alle tematiche del progetto, e li combinerà con altri indicatori aggiuntivi che riprendano in modo diretto la sostenibilità di produzione e consumo.

L'indicatore AMBIENTE al suo interno è composto da informazioni riferite a:

- Dispersione da rete idrica comunale
- Conferimento dei rifiuti urbani in discarica
- Qualità dell'aria
- Disponibilità di verde urbano
- Soddisfazione per la situazione ambientale
- Aree protette
- Energia da fonti rinnovabili
- Raccolta differenziata dei rifiuti urbani.

Tra gli indicatori sopraelencati, per le finalità di questo progetto Istituto Piepoli propone di selezionare: Conferimento dei rifiuti urbani in discarica, Qualità dell'aria, Soddisfazione per la situazione ambientale, Energia da fonti rinnovabili, Raccolta differenziata dei rifiuti urbani. Tali indicatori saranno completati con indicatori relativi a:

- Tra le aziende: stili produttivi e adozione di comportamenti virtuosi

- Tra la popolazione: stili di consumo e adozione di comportamenti virtuosi.

Per l'elaborazione della valutazione, l'attività di Istituto Piepoli si svolgerà in due fasi: la prima durante lo svolgimento delle attività progettuali, la seconda al termine delle attività dopo due anni. Per lo sviluppo degli indicatori Istituto Piepoli si baserà su:

FASE PROGETTUALE:

- Indagine sul campo (300 interviste CATI a Imprese / integrazione/elaborazione sondaggio nazionale interviste CATI/CAWI a cittadini).

FASE EX POST DOPO DUE ANNI:

- Raccolta di indicatori statistici disponibili presso fonti ufficiali;
- Realizzazione di un'indagine sul campo (300 interviste CATI a Imprese / 1.000 interviste CATI/CAWI cittadini).

Sulla base delle analisi di dettaglio delle diverse fasi di ricerca sul campo, Istituto Piepoli elaborerà un Rapporto finale di analisi, che conterrà una lettura complessiva delle principali evidenze emerse nel corso dell'intera indagine e sarà redatto secondo le specifiche e gli approfondimenti richiesti dalle Associazioni proponenti e dal Ministero.

10. Sistemi di valutazione

(Indicare, se previsti, gli strumenti di valutazione eventualmente applicati con riferimento a ciascuna attività/risultato/obiettivo del progetto)

Obiettivo specifico	Attività	Tipologia strumenti
Sensibilizzare il pubblico generale al tema del consumo sostenibile e dell'economia circolare, illustrando con esemplificazioni pratiche come è possibile fare scelte di acquisto, utilizzo e smaltimento dei beni rispettose dell'ambiente e ispirate al bene comune.	Materiali educativi multiformato ed Eventi pubblici sul territorio, live shows, corsi e laboratori, interviste "fiuta e rifiuta", coking show, incontri e attività nelle scuole, nelle parrocchie ecc.	Creazione di un sistema di rilevazione del gradimento del pubblico ed elaborazione dei risultati con riferimento a varie dimensioni (territoriale, tipo di attività, tipo di target ecc.). - Numero di consumatori raggiunti e di partecipanti agli eventi - Analisi del gradimento attraverso la distribuzione di gettoni "faccine smiles" verde, gialla e rossa che i partecipanti agli eventi potranno imbucare in apposita urna esposta al pubblico; - numero di visualizzazioni dei materiali informativi online sui vari canali - copertura mediatica a livello nazionale e locale (rassegna stampa)
Creare strumenti di collaborazione fra cittadini e fra organizzazioni per la condivisione di risorse e competenze, per iniziative di welfare di comunità ed iniziative di beneficenza	Piattaforma online di collaborazione e scambio, con tutorial e best practice postati dai consumatori, Webinars, bacheche per banca del tempo, lancio di iniziative cittadine di tipo collettivo per la riqualificazione degli spazi pubblici, il recupero dei beni tecnologici obsoleti a scopo di beneficenza ecc.	- Analisi del gradimento attraverso i click ricevuti sui pulsanti faccine smiles pubblicati online sul sito Web del progetto - Numero dei contributi ricevuti dai consumatori e da soggetti moltiplicatori - Numero delle iniziative cittadine attivate
Facilitare l'adozione da parte delle imprese di iniziative di produzione sostenibile ed economia circolare	Individuare e valorizzare best practice di produzione con materie prime seconde, riduzione dei rifiuti e scarti, risparmio di energia ed acqua, recupero e rigenerazione dell'usato, rapporto con le comunità locali	- Numero di imprese informate delle attività progettuali ed invitate a partecipare al contest e promuovere la loro best practice - Numero di imprese che aderiscono alla piattaforma, partecipano al Concorso oppure ad un evento territoriale del progetto
Facilitare il dialogo e la sinergia fra associazioni dei cittadini e associazioni imprenditoriali; mobilitare le comunità locali con iniziative solidali e welfare di comunità.	Attività di relazioni esterne e di promozione diretta agli stakeholders, attività di supporto alle sedi territoriali delle associazioni proponenti per l'attivazione di sinergie e l'organizzazione di eventi/iniziative in collaborazione con altri	Numero di collaborazioni attivate, numero di persone raggiunte mediante questa tipologia di attività

	soggetti operanti a livello locale	
Portare il tema dell'economia circolare e del consumo sostenibile al centro dell'attenzione mediatica, del dibattito politico e delle politiche a livello locale	- Evento Fiera ed Evento Workshop finale, Concorso per le imprese, concorso per i consumatori. - partecipazione al Festival dello Sviluppo sostenibile 2020	Numero di partecipanti agli eventi, numero di relatori e varietà delle categorie di appartenenza, copertura mediatica, interesse manifestato dai decision makers a livello locale

11. Attività di comunicazione

(Indicare, se previste, le attività di comunicazione del progetto)

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia
- Comunicato stampa di lancio del progetto + web news e post sui Social delle associazioni partner; - Comunicato stampa di lancio di ciascun evento territoriale (tot. 40 comunicati) e/o web news e post sui Social delle associazioni partner;	Media tradizionali e media online, social networks	Visibilità e copertura mediatica sul livello nazionale e sul livello locale, con rilancio delle notizia sulle agenzie di stampa ed articoli/interviste ad esperti delle associazioni promotrici, inviti come ospiti in trasmissioni radio e TV	Rassegna stampa
- Invio di una lettera di presentazione del progetto con un kit promozionale specifico alle scuole e una serie di proposte per moduli didattici monotematici anche laboratoriali	Cartaceo, posta elettronica	Raggiungimento con il materiale promozionale di almeno 300 scuole Visibilità del progetto e visite sul suo sito Web/piattaforma da parte delle scuole, adesione da parte di una parte di esse alle attività della campagna (live e/o online)	Numero di scuole raggiunte Numero di scuole partecipanti a una o più attività progettuali
Invito agli stakeholders presenti sul territorio per un confronto sulle barriere allo sviluppo dell'economia circolare e per la collaborazione nella campagna del progetto: lettera e invio di materiale promozionale, contatto da parte degli esperti del progetto e animatori della Piattaforma di scambio e collaborazione	Cartaceo, posta elettronica, contatti telefonici	Visibilità del progetto, raccolta di un numero minimo di 20 adesioni da parte di soggetti moltiplicatori, organizzazioni del terzo settore, scuole ed università, istituzioni locali o settoriali	- Numero di soggetti che esprimono apprezzamento e intendono partecipare alle attività - Numero degli eventi che sono organizzati in collaborazione con questi soggetti
Sito web del progetto, funzionalità interattive, servizi online	<u>Pagine statiche:</u> - Sezione informativa e divulgativa, FAQ, news ed eventi del progetto, comunicati	Visibilità del progetto e delle sue iniziative/materiali/risultati, anche grazie alla campagna di Web	- Statistiche Web con tecniche professionali sul numero dei visitatori

	<p>notizie, contenuti e argomenti secondo chiavi di ricerca preimpostate.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strumenti interattivi a disposizione dell'utente (servizio Chat Bot e Chat live con operatore) - faccine smiles cliccabili online per il feedback di gradimento dell'utenza 	<p>campagna</p> <ul style="list-style-type: none"> - numero di contatti quotidiani stimato in 300-700 , oltre al traffico generato dai siti web delle associazioni proponenti 	<p>visualizzazioni e di like</p> <ul style="list-style-type: none"> - numero di faccine smile verdi cliccate dai visitatori
<p>Workshop all'evento fiera finale (attività 5) e Workshop al Festival dello sviluppo sostenibile (attività 6)</p>	<p>Lettere di invito a relatori e richiesta di supporto promozionale all'evento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - associazioni ed enti collaboratori esterni del progetto + altre attive sui territori - imprese e loro associazioni - istituzioni di settore e istituzioni locali 	<p>Assicurare al Workshop un nutrito gruppo di relatori altamente qualificati, che facciano seguire alla trattazione tecnica una riflessione socio-politica mirata alla definizione di interventi efficaci di promozione dell'economia "green" e circolare</p> <p>Assicurare un pubblico ampio ed interessato</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Numero di soggetti raggiunti, numero di relatori esterni intervenuti, - numero di collaborazioni alla promozione dell'evento ottenute (es. pubblicazione sui siti web, comunicazioni agli associati ecc.) Pubblico presente all'evento

Allegati: n° 11 *relativi alle collaborazioni (punto 8)* + n. 11 lettere di sostegno.

Roma, 10/12/2018


 Il Legale Rappresentante
 Carlo De MASI
 (Timbro e firma)



AVVISO N. 1/2018
PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI DELL'ARTICOLO 72 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3
LUGLIO 2017, N. 117 E S.M.I. - ANNO 2018.

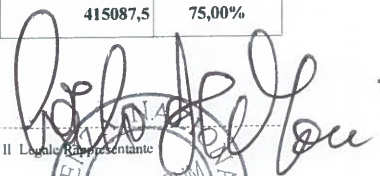
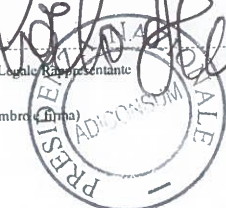
Finanziato con Fondo per il finanziamento di progetti e attività di interesse generale nel
terzo settore

Progetto:	"GenerAZIONI in circolo: Per la promozione di modelli di consumo e produzione sostenibili"
Ente Proponente :	ADICONSUM – ASSOCIAZIONE DIFESA CONSUMATORI E AMBIENTE
In partenariato con:	A.E.C.I. LAZIO, CODICI

Allegato E - PIANO FINANZIARIO - Sezione 1 - Macro voci di Spesa

Codice di Spesa	Descrizione Voce di Spesa	Importi	% su totale
A	Progettazione	23500	4,25%
B	Promozione, informazione, sensibilizzazione	173000	31,26%
C	Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto (max 10% del totale progetto)	53500	9,67%
D	Funzionamento e gestione del progetto	203250	36,72%
E	Affidamento attività a soggetti esterni delegati (max 30% del totale progetto)	40000	7,23%
F	Altre voci di costo	30000	5,42%
TOTALE SPESE DIRETTE DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F)		523250	
G	Spese generali di funzionamento (max 10% totale progetto)	30200	5,46%
TOTALE PROGETTO (A+B+C+D+E+F+G)		553450	
<i>di cui progettazione totale (A.1+ E.1) max 5% del totale progetto *</i>		<i>23500</i>	<i>4,25%</i>
% di cofinanziamento a carico Ente/i		25,00%	
TOTALE IMPORTO DEL COFINANZIAMENTO DELL'ENTE PROPONENTE		138362,5	
TOTALE IMPORTO DEL FINANZIAMENTO CONCESSO		415087,5	75,00%

(Luogo e data)


 Il Legale Rappresentante
 (Timbro di firma)


NB: INSERIRE I DATI DI BUDGET SOLO NEL FOGLIO "Sez_2"

* Per le spese di progettazione, ai fini del calcolo del limite del 5% sono sommate le voci A.1 ed E.1 della sez_2

AVVISO N. 1/2018
PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI DELL'ARTICOLO 72 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3 LUGLIO
2017, N. 117 E S.M.I. - ANNO 2018.

Finanziato con Fondo per il finanziamento di progetti e attività di interesse generale nel terzo settore

Tra i soggetti attuatori sono previste fondazioni? Inserire nella casella a fianco SI/NO	NO
--	----

Progetto:	“GenerAZIONI in circolo: Per la promozione di modelli di consumo e produzione sostenibili”
Ente Proponente :	ADICONSUM – ASSOCIAZIONE DIFESA CONSUMATORI E AMBIENTE
In partenariato con:	A.E.C.I. LAZIO, CODICI

Allegato E - SEZIONE 2 - PIANO FINANZIARIO: Dettaglio delle Macrovoce di Spesa

Cod Macrovoce	Cod Dettaglio Spesa	Descrizione Voce di Costo	Importi	% su totale
A		Progettazione		
	A.1	Risorse Umane (N.B.: A.1+E.1 max 5% del totale progetto)	23500	
A		Totale spese Progettazione	23500	4,25%
B		Promozione, informazione, sensibilizzazione		
	B.1	Risorse Umane	92000	
	B.2	Acquisto beni e servizi strumentali ed accessori	81000	
B		Totale spese Promozione, informazione, sensibilizzazione	173000	31,26%

C		Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto (max 10% del totale progetto)		
	C.1	Risorse Umane	53500	
	C.2	Acquisto beni e servizi strumentali ed accessori		
C		Totale spese Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto	53500	9,67%
D		Funzionamento e gestione del progetto		
	D.1	Risorse Umane	133650	
	D.2	Acquisto beni e servizi strumentali ed accessori	29000	
	D.3	Attrezzature (acquisto, noleggio, ammortamenti)	16100	
	D.4	Materiale didattico	0	
	D.5	Fideiussione	10000	
	D.6	Spese di viaggio, vitto e alloggio risorse umane	13000	
	D.7	Spese di viaggio, vitto e alloggio destinatari	0	
	D.8	Assicurazione volontari per responsabilità civile verso terzi ,contro infortuni e malattie connesse all'attività svolta	1500	
	D.9	Assicurazione destinatari	0	
D		Totale spese Funzionamento e gestione del progetto	203250	36,72%
E		Affidamento attività a soggetti esterni delegati (max 30% del totale progetto)		
	E.1	Progettazione (N.B.: A.1+E.1 max 5% del totale progetto)	0	0,00%

	E.2	Formazione	0	
	E.3	Ricerca	0	
	E.4	Altro - Consulenza per valutazione di impatto	30000	
	E.5	Altro - Consulenza chefs per cooking show	10000	
E		Totale spese affidamento attività a soggetti esterni delegati	40000	7,23%
F		Altre voci di costo (solo per voci non già elencate nel piano e da dettagliare ANALITICAMENTE)		
	F.1	Realizzazione dei 10 video per l'educazione al corretto conferimento della raccolta differenziata	30000	
	F.2	0	
	F.3	0	
F		Totale spese per altre voci di costo	30000	5,42%
DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F)			523250	
G		Spese generali di funzionamento (max 10% del totale di progetto)	30200	5,46%
TOTALE SPESE DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F+G)			553450	100,0%
		<i>di cui Progettazione totale (A.1+E.1) max 5% del totale progetto)</i>	<i>23500</i>	<i>4,25%</i>
		% di cofinanziamento a carico Ente/i	25,00%	
TOTALE IMPORTO DEL COFINANZIAMENTO DELL'ENTE PROPONENTE			138362,5	



TOTALE IMPORTO DEL FINANZIAMENTO MINISTERIALE RICHIESTO	415087,5	75,00%
---	----------	--------

.....
(Luogo e data)

Il Legale Rappresentante

(Timbro e firma)



The image shows a handwritten signature in black ink that reads "Paolo Altieri". Below the signature is a circular official stamp. The stamp contains the text "PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE" around the perimeter and "CIRCOLO" in the center.

NB: INSERIRE I DATI DI BUDGET SOLO NELLE CELLE COLORATE