

AVVISO N. 2/2024
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 2024.

MODELLO D

SCHEDA DELLA PROPOSTA (INIZIATIVA O PROGETTO)

1a.– Titolo

Economia Circolare e Digitalizzazione: un nuovo modello di Consumo

1b - Durata

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

2 - Obiettivi generali, aree prioritarie di intervento e linee di attività (devono essere indicati rispettivamente massimo n. 3 obiettivi e n. 3 aree prioritarie di intervento, graduandoli in ordine di importanza 1 maggiore – 3 minore)

2a - Obiettivi generali ¹
[1] SDG 4 - Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento permanente per tutti
[2] SDG 10 - Ridurre le ineguaglianze
[3] SDG 12 - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

2b - Aree prioritarie di intervento ²
[1] <u>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.</u>
[2] <u>Affiancamento leggero, consulenza e accompagnamento su temi specifici (sviluppo delle competenze sulle nuove tecnologie per la popolazione anziana, educazione al consumo, apprendimento della lingua, gestione budget familiare, ecc.), gruppi auto aiuto e confronto.</u>
[3] <u>Promozione della conoscenza dei vantaggi sociali ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile.</u>

¹ I i progetti e le iniziative da finanziare con le risorse del Fondo per l'anno 2024 devono concorrere al raggiungimento degli obiettivi generali, così come prescritto nel paragrafo 2 dell'Avviso n. 2/2024. Gli obiettivi indicati dall'atto di indirizzo, D.M. 122 del 19.07.2024, sono integralmente riportati nell'allegato 1 dell'avviso 2/2024. Le iniziative ed i progetti presentati in risposta al presente Avviso non possono contemplare tra gli obiettivi e le aree prioritarie di intervento quelli aventi ad oggetto l'Intelligenza Artificiale, in quanto, nell'Atto di Indirizzo adottato con D.M. n.122/2024, al par. 4, all'area di intervento prioritaria dell'intelligenza artificiale è destinata una specifica linea di finanziamento pari ad € 2.500.000,00, a valere sul fondo di cui all'articolo 72 del Codice, che sarà oggetto del prossimo Avviso da parte di questa Direzione.

² Sono integralmente riportate nell'allegato 1 dell'avviso 2/2024.

2c- Linee di attività³

Linee di 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;
- 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;
- s)** agricoltura sociale, ai sensi dell'articolo 2 della legge 18 agosto 2015, n. 141, e successive modificazioni;
- 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;
- z)** riqualificazione di beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata.

³ Ricomprese tra quelle di cui all'articolo 5 del d.lgs. 117/2017 e s.m.i. integralmente riportate nell'allegato 1 dell'Avviso 2/2024.

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

Esporre sinteticamente:

3.1. Ambito territoriale del progetto/iniziativa (indicare le regioni, province e comuni in cui si prevede in concreto la realizzazione delle attività)

Il progetto agisce su 19 tra Regioni e Province Autonome, grazie all’ampiezza del partenariato e la capillarità dello stesso sul territorio nazionale. In particolare: **Piemonte** (Torino, Torino) - **Lombardia** (Milano, Milano) - **Provincia Autonoma di Bolzano** (Bolzano, Bolzano) - **Friuli-Venezia Giulia** (Udine, Udine) - **Veneto** (Padova, Padova) - **Liguria** (Genova, Genova) - **Emilia-Romagna** (Bologna, Bologna) - **Toscana** (Firenze, Firenze) - **Marche** (Ancona, Ancona) - **Umbria** (Terni, Terni) - **Lazio** (Roma, Roma) - **Abruzzo** (Chieti, Chieti) - **Molise** (Campobasso, Campobasso) - **Campania** (Napoli, Napoli) - **Puglia** (Lecce, Lecce) - **Basilicata** (Potenza, Potenza) - **Calabria** (Crotone, Crotone) - **Sicilia** (Palermo, Palermo) - **Sardegna** (Sassari, Sassari).

3.2. Idea a fondamento della proposta

Sostenibilità ambientale e digitalizzazione sono ormai considerate due facce della stessa medaglia. Da un lato, la crisi climatica rende più che mai necessario un cambiamento di paradigma delle modalità di estrazione, gestione e utilizzo delle risorse naturali, nonché dei modelli di produzione e consumo: in questo contesto, la transizione verde si configura, allo stesso tempo, come necessità e opportunità di trasformare le attività insostenibili per contribuire alla neutralità climatica e sfruttare nuove possibilità di crescita socioeconomica in un settore in costante crescita. Dall’altro lato, le nuove tecnologie digitali sono pensate per affrontare sfide sociali ed economiche sempre più complesse e per ridurre l’impronta ecologica delle attività antropiche. Transizione verde e transizione digitale hanno il potenziale di integrarsi a vicenda: le tecnologie digitali possono essere fattori abilitanti nel raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale: ad esempio, modelli innovativi come le Smart Cities possono ridurre significativamente le emissioni di CO2 grazie proprio all’utilizzo di infrastrutture digitali all’avanguardia. Inoltre, nuovi modelli digitali come i c.d. Digital Twins possono migliorare la capacità di simulare l’impatto delle attività e delle politiche permettendo, tra gli altri, una miglior gestione e previsione del rischio.

3.3. Descrizione del contesto

Secondo un’indagine EURES condotta agli inizi del 2024, su 1.118 famiglie intervistate, l’84,5% delle famiglie intervistate dichiara di prestare attenzione al corretto conferimento dei rifiuti: si tratta di una posizione trasversalmente condivisa. Coerentemente, l’89,5% delle famiglie dichiara di differenziare correttamente i rifiuti. I comportamenti virtuosi risultano meno frequenti per quanto riguarda il recupero/riutilizzo di prodotti e materiali. Le famiglie intervistate indicano di conferire/differenziare correttamente il 60,8% dei rifiuti prodotti, a fronte del 39,2% conferito in maniera scorretta. Ad ostacolare maggiormente il corretto conferimento dei rifiuti è la scarsa chiarezza sulla composizione dei materiali (55,7%). L’83% delle famiglie evidenzia un livello di attenzione elevato verso le tematiche connesse alla riduzione dello spreco alimentare, conservando in maniera attenta e corretta gli alimenti (88,9%) o utilizzando gli avanzi per la preparazione di altri piatti (79,3%). Complessivamente le famiglie intervistate stimano di sprecare mediamente il 10,1% del cibo acquistato. Tra i motivi ostativi l’adozione di comportamenti alimentari “sostenibili”, secondo le famiglie intervistate, troviamo la scarsa conoscenza/attenzione verso questa tematica (31,3%).

Dati Istat del 2023 rilevano una profonda carenza di competenze digitali, in particolare per le fasce più anziane della popolazione ma anche per molte imprese: la differenza tra questa carenza e i requisiti imposti dalla transizione digitale genera un profondo gap, che ostacola la piena transizione stessa e, quindi, l’attuazione di modelli virtuosi di gestione delle risorse basati sulle tecnologie digitali. L’Italia si pone tra gli ultimi posti, in UE, per competenze digitali di base: infatti, queste ultime sono detenute da meno della metà della popolazione italiana (45,7%). Questo dato è caratterizzato da un divario di genere a favore degli uomini, che nel nostro Paese è di 5,1 punti percentuali. Istat, però, sottolinea che fino ai 44 anni tale distanza si annulla e in alcuni casi si inverte di segno: quindi, questo divario di genere sarebbe valido principalmente per le persone over 50. Inoltre, nel nostro Paese si attesta un forte divario territoriale tra Centro-Nord e Mezzogiorno.

L'80,3% delle persone di 25-54 anni con un'istruzione terziaria possiede competenze digitali di base, mentre tale quota cala al 25% per quelli con titolo di studio primario. Le persone hanno competenze digitali più avanzate soprattutto relativamente ai settori della comunicazione (75,8%) e dell'analisi dati (58,5%); risultano meno frequenti le conoscenze digitali rispetto ai settori della "risoluzione di problemi" (47%), della creazione di contenuti digitali (41%) e della sicurezza (36%). In ultimo, le competenze digitali specialistiche sono appannaggio delle imprese con almeno 250 addetti (75%) e di quelle del settore ICT (64,1%). Le PMI italiane, invece, sono tra le prime in Europa a esternalizzare la gestione delle funzioni ICT (il 57,2% utilizza solo consulenti esterni), evidenziando un fenomeno diffuso di analfabetismo digitale che contrasta la crescita verde e sostenibile delle imprese stesse, con conseguenze sull'ecosistema economico.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

Nonostante i dati ottimistici rispetto ad alcuni elementi elencati nell'analisi di contesto, relativi soprattutto alla sensibilità delle famiglie italiane circa i temi legati alla sostenibilità ambientale, risulta ancora necessario un intervento che provi a ridurre quei gap rimasti tuttora aperti. I bisogni rilevati riguardano il seguente **obiettivo generale**: incoraggiare l'assunzione di comportamenti sostenibili nella cittadinanza. Quest'ultimo si tradurrà nei seguenti **obiettivi specifici**, che rispondono ad altrettante esigenze: favorire l'alfabetizzazione rispetto a alla sostenibilità ambientale e le nuove tecnologie digitali; sensibilizzare la cittadinanza sul consumo responsabile e informarla sulla funzionalità dei nuovi strumenti digitali; favorire l'accesso a servizi e beni di consumo sostenibili per la cittadinanza.

3.5. Metodologie

Indicare con una X la metodologia dell'intervento proposto

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) ☒ 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:

La metodologia applicata si basa su "Impromptu networking" per conoscersi e condividere aspettative sulle attività, "1-2-4-All" e "25/10 Crowdsourcing" per facilitare attività di brainstorming e condivisione di idee. Tale metodologia verrà affiancata da quelle suggerite dalla Strategia Nazionale per l'educazione alla cittadinanza globale, ossia ad alto contenuto interattivo e cooperativo con approccio critico. Infine, tutte le attività avranno un approccio intergenerazionale e multiattoriale: indipendentemente dall'età e dal ruolo ricoperto (collaboratori, rappresentante delle Istituzioni, operatore socioassistenziale) i partecipanti avranno lo stesso peso durante lo svolgimento delle attività.

4- Risultati attesi (Massimo due pagine)

Con riferimento agli obiettivi descritti, indicare:

<i>Destinatari degli interventi (specificare)⁴</i>	<i>Numero</i>	<i>Modalità di individuazione</i>
R1 – n. 20 persone di maggiore età per workshop hanno attivamente partecipato alle attività laboratoriali acquisendo conoscenze e competenze relative alla transizione verde e digitale. Indicatore: numero, età, genere e provenienza geografica dei partecipanti ai laboratori. - Mezzo di Verifica: registri delle presenze. Effetto moltiplicatore: trasmissione, da parte dei discenti, delle conoscenze e competenze acquisiti a familiari e amici, generando circoli virtuosi.	380	Promozione sui canali social, sito web, networking dei partner, inserimento della possibilità di candidarsi nelle newsletter dei partner, intervento realizzato localmente
R2 – n. 20 persone di maggiore età per evento informativo sono state informate e sensibilizzate sulla natura e l'importanza della Twin Transition. Indicatore: numero, età, genere e provenienza geografica dei partecipanti agli eventi. - Mezzo di Verifica: form delle presenze registrare all'accoglienza. Effetto moltiplicatore: condivisione delle informazioni con familiari e amici, con conseguente diffusione delle stesse a livello locale.	380	Promozione sui canali social, sito web, networking dei partner, inserimento della possibilità di candidarsi nelle newsletter dei partner, intervento realizzato localmente
R3 – n. 8.000 cittadini/e sono stati sensibilizzati sul tema del riuso e del riciclo tramite un festival nazionale sull'economia circolare. Indicatore: numero di cittadini/e partecipanti	8.000	Attività di promozione sui social; newsletter; contatti precedentemente posseduti dai partner.

⁴ Specificare tipologia, numero e fascia anagrafica, nonché modalità per la loro individuazione. Indicare le ragioni per le quali le attività previste dovrebbero migliorarne la situazione. Dare evidenza dei risultati concreti da un punto di vista quali-quantitativo. Infine, i possibili effetti moltiplicatori (descrivere le possibilità di riproducibilità e di sviluppo dell'attività di riferimento e/o nel suo complesso).

al festival. - Mezzo di verifica: report della valutazione ex-post. Effetto moltiplicatore: potenziamento della campagna di informazione e sensibilizzazione.		
R4 – n. 19 sportelli di consulenza hanno assistito almeno n. 20 persone di maggiore età, nell’arco di 18 mesi, offrendo almeno uno tra i seguenti servizi: consulenza all’acquisto; consulenza al consumo. Indicatore: numero, età, genere e provenienza geografica degli assistiti. - Mezzo di Verifica: database interno di ciascuno sportello. Effetto moltiplicatore: condivisione di esperienze con familiari e amici, in modo da generare consapevolezza.	380	Attività di promozione sui social; newsletter; contatti precedentemente posseduti dai partner.
R4 – Almeno n. 100.000 utenti sono stati informati e sensibilizzati sulla sostenibilità ambientale e la Twin transition. Indicatore: numero di utenti social raggiunti. - Mezzo di Verifica: social insights. Effetto moltiplicatore: condivisione delle informazioni con familiari e amici, con conseguente diffusione delle stesse a livello locale.	100.000	Campagna social di informazione e sensibilizzazione.

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/iniziativa. Al fine di compilare il cronoprogramma di progetto/iniziativa 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. Analogamente descrivere il ruolo di ciascun associato/affiliato

I partner di progetto sono stati selezionati per le seguenti caratteristiche:

- per le competenze sulla gestione di progetti complessi e nell'ambito della comunicazione (PROGEU);
- per le competenze specialistiche nei differenti ambiti tematici individuati: ambiente (EARTH) e digitalizzazione (FIBONACCI), cui si aggiunge una tematica trasversale quale i diritti dei consumatori;
- per la copertura territoriale in tutte le Regioni e PA destinatarie dell'intervento;
- per le capacità di collaborazione e teamwork sperimentate con la partecipazione a progetti europei e nazionali.

PROGEU si occuperà della gestione del progetto e assicurerà che le attività programmate siano realizzate in linea con le tempistiche e il budget di progetto, al fine di raggiungere i risultati e gli obiettivi prefissati. Più nello specifico avrà il compito di: realizzare il piano di gestione del progetto e le linee guida per assicurare l'inclusività e l'accessibilità al maggior numero di partecipanti; controllare il budget e i trasferimenti di denaro; coordinare tutte le procedure decisionali; raccogliere, verificare e restituire feedback sui rapporti di monitoraggio; gestire e amministrare la comunicazione interna attraverso mail e spazi di condivisione online (CLOUD); organizzare le riunioni periodiche (semestrali). PROGEU sarà altresì responsabile dell'attività delle sessioni informative guidando la creazione dei contenuti, la definizione delle linee guida per le attività e mettendo a disposizione un esperto in progettazione per ogni sessione. Gli altri partner forniranno competenze specifiche nella tematica di riferimento e collaboreranno alla realizzazione di tutte le attività di progetto.

Attività trasversale (AT) - Gestione, Coordinamento e Monitoraggio

Il Project Manager (PM) di PROGEU sarà responsabile del coordinamento delle attività, assicurando una chiara comunicazione con i partner e verso l'esterno.

Schema di gestione: n. 1 Coordinatore per ogni ente.

Il coordinamento del progetto include l'applicazione di una serie di buone pratiche di gestione e coordinamento già attuate dall'organizzazione in precedenti progetti nazionali e comunitari.

A1 – Realizzazione di n. 19 workshop di alfabetizzazione su economia circolare e digitalizzazione (transizione green e digitale).

A1.1 – Attività preparatorie. Il partenariato si occuperà di realizzare il materiale formativo secondo le linee guida del capofila PROGEU che indicherà il contenuto minimo per gli ambiti tematici, nonché le metodologie da usare nello svolgimento dell'attività.

A1.2 – Organizzazione e logistica. Per garantire l'efficace ed efficiente gestione dell'attività, ogni partner nominerà n. 1 Responsabile delle attività formative con la responsabilità di definire il luogo di svolgimento (verranno preferiti i capoluoghi di provincia e/o luoghi ben collegati con i mezzi pubblici, accessibili), calendarizzare l'attività e selezionare i partecipanti. Ogni sessione sarà condotta da almeno 3 esperti che si occuperanno di garantire la trasmissione e la condivisione di competenze specifiche. Il numero di partecipanti ad ogni sessione sarà almeno di 20 persone e verrà garantito il bilanciamento di genere, generazionale e geografico.

A1.3 – Erogazione dell'attività. Ogni sessione formativa durerà 2 giorni e verrà realizzata nelle 19 unità amministrative identificate. I laboratori di formazione saranno strutturati come segue:

GIORNO 1 – Primo tavolo tematico relativo ai diversi aspetti della transizione verde: condivisione di dati e principi dell'economia circolare (5 ore).

GIORNO 2 – Secondo tavolo tematico relativo ai diversi aspetti della transizione digitale: nuovi modelli di produzione e consumo per abbattere le emissioni (3 ore); casi-studio su Smart Cities e Digital Twins (3 ore).

Partecipanti previsti: 380 beneficiari (20 per Regione/PA).

Modalità di erogazione: in presenza.

Il percorso descritto mette in pratica l'obiettivo specifico relativo a favorire l'alfabetizzazione rispetto alla sostenibilità ambientale e le nuove tecnologie digitali.

A2 – Realizzazione di n. 19 eventi informativi sulla Twin Transition nelle comunità locali.

A2.1 – Organizzazione degli eventi. PROGEU, con il supporto dei partner e al fine di definire l'agenda degli incontri, svolgerà una duplice funzione. Fornirà ai partner suggerimenti sulle tematiche dei propri interventi, indicando anche i tempi a disposizione per ciascun intervento (dai 10 ai 15 minuti cadauno, circa). Inoltre, si occuperà della gestione logistica degli eventi attraverso la localizzazione dei luoghi ospitanti (per ciascuna Regione/PA coinvolta nel progetto) e fornendo indicazioni ai partner circa i costi di vitto e alloggio sostenibili per eventuali trasferte.

A2.2 – Erogazione dell'attività. Ciascun evento verrà realizzato in ogni Regione italiana e sarà strutturato come segue:

- Durata: 3 ore.

- Modalità di erogazione: in presenza.

- Temi e argomenti: introduzione sul principio della Twin Transition, piani strategici ambientali nazionali ed europei, nuovi modelli di produzione e consumo, il ruolo delle nuove tecnologie per la sostenibilità ambientale.

- Pubblico atteso: 20 partecipanti per evento (380 partecipanti totali)

Ciascun evento informativo si terrà in concomitanza con le varie sessioni laboratoriali di cui all'attività A1, per approfondire quanto affrontato nei laboratori stessi.

Gli eventi informativi rispondono all'esigenza cui si lega l'obiettivo specifico del progetto di sensibilizzare la cittadinanza sul consumo responsabile e informarla sulla funzionalità dei nuovi strumenti digitali.

A3 – Realizzazione di un festival nazionale sull'economia circolare.

A3.1 – Organizzazione logistica e strutturazione del festival. Dal mese 14 al mese 17, l'associazione Rétro APS, responsabile dell'attività e insieme al supporto tecnico del partenariato, sarà impegnata nell'organizzazione logistica del festival definendone il luogo, la durata, la strumentazione e i servizi necessari, nonché eventuali ospiti, nonché nella richiesta delle autorizzazioni necessarie.

A3.2 – Realizzazione del festival sull'economia circolare. Il festival fungerà da evento di chiusura del progetto. Durerà 3 giorni (per 8 ore al giorno), si terrà a Roma e sarà aperto ad un pubblico di provenienza nazionale. Verterà sul macro-tema del "vintage": l'associazione implementa da anni eventi come il "Vintage Market" incentrati sullo scambio di abiti in ottica, per l'appunto, circolare. In linea con ciò, il festival promuove il riciclo e il riutilizzo di materiali di abbigliamento. Saranno presenti espositori e collezionisti di abiti e oggettistica vintage, pronti a condividere la loro conoscenza sui prodotti d'epoca. Infine, al termine di ogni giornata potranno essere previsti momenti di socialità con esibizioni musicali.

A4 – Implementazione di n. 19 sportelli locali di consulenza e facilitazione per l'accesso a servizi e beni di consumo sostenibili.

A4.1 – Impostazione degli sportelli. I partner, sotto la supervisione di CODACONS, si impegneranno a strutturare gli sportelli che offriranno servizi di consulenza alla cittadinanza secondo linee guida condivise, relative: alla tipologia di struttura accogliente da ricercare (con relativa strumentazione di supporto all'erogazione del servizio); alle tipologie di figure professionali da impiegare; al codice di condotta delle figure professionali durante l'erogazione del servizio.

A4.2 – Implementazione del servizio di consulenza, accessibilità e facilitazione. Ciascun partner aprirà al pubblico lo sportello locale posto sotto la propria gestione ed erogherà le seguenti categorie di servizi:

- consulenza all'acquisto: la cittadinanza viene suggerita rispetto alle soluzioni più vantaggiose rispetto alle proprie esigenze di consumo e le proprie disponibilità economiche;
- consulenza al consumo: la cittadinanza viene facilitata nei rapporti con i creditori per questioni di violazioni dei diritti dei consumatori.

L'implementazione di questi sportelli risponde all'obiettivo specifico di favorire l'accesso a servizi e beni di consumo sostenibili per la cittadinanza.

A5 – Comunicazione e promozione.

Il team di comunicazione sarà formato da n. 1 Responsabile della Comunicazione (PROGEU) e da addetti alla comunicazione per ogni partner che si occuperanno di gestire tale attività.

A5.1 – Creazione del piano di comunicazione. Il piano di comunicazione sarà redatto dal Responsabile della Comunicazione. Il piano conterrà la strategia per raggiungere un ampio pubblico e le linee guida per la pubblicazione dei contenuti.

La strategia sarà indirizzata a: individuare e selezionare i partecipanti alle sessioni formative; individuare e coinvolgere il pubblico degli eventi informativi; individuare e assistere i fruitori dello sportello di consulenza.

A5.2 – Creazione dell'identità visiva. PROGEU si occuperà della definizione della identità visiva, ossia la creazione del logo, definizione dei font e dei modelli grafici da utilizzare per le varie attività. PROGEU assicurerà che l'identità visiva sia accessibile e inclusiva.

A5.3 – Creazione e pubblicazione dei contenuti per i social media e i siti internet dei partner di progetto. Tutti i partner di progetto creeranno una sezione dedicata sul proprio sito web istituzionale per promuovere e informare sullo svolgimento delle attività progettuali. In aggiunta, ogni partner utilizzerà i propri canali social e sfrutterà il numero di followers per ampliare il pubblico del progetto.

A5.4 – Pubblicazione dei contenuti. Il piano comunicativo del progetto include la diffusione di una campagna di informazione costituita dai seguenti contenuti:

- 1 post di lancio del progetto, a cura di ogni partner
- 1 post per ogni evento progettuale, a cura di ogni partner
- 1 post mese per ogni partner sui temi del progetto
- 1 post di lancio per ogni sportello di consulenza, a cura dei partner coinvolti

A5.5 - "MILESTONE" - rivista tecnico-scientifica legata al mondo della progettazione

La rivista ha l'obiettivo di facilitare la comprensione delle logiche europee sia da parte delle Pubbliche Amministrazioni sia da parte del Settore Privato e i cittadini interessati a conoscere e ad accedere ai fondi diretti, strutturali, approfondire aspetti tecnici della progettazione e delle politiche europee. La rivista sarà gestita da PROGEU, che verrà supportato dai partner del consorzio dell'elaborazione degli articoli che verranno pubblicati.

A6 - Valutazione d'impatto

In merito alla **Valutazione**, si procederà a realizzare una **valutazione d'impatto** dell'intervento, che verrà portata avanti da soggetto terzo delegato. Verrà chiesto a tutti gli operatori e i professionisti coinvolti nelle attività del progetto di compilare un questionario online, che rispetterà le prescrizioni del Regolamento EU 2016/679 (GDPR), in modo da far rilevare quali sono stati i punti di forza e i punti di debolezza dell'intera iniziativa. Si procederà, inoltre, alla realizzazione di un

incontro partecipativo, durante il quale si valuteranno l'efficienza, l'efficacia, l'impatto, la trasferibilità e la riproducibilità del progetto. Verrà infine valutata l'efficacia delle attività progettuali.

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

Attività	Mesi (colorare le celle interessate)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
AT – Gestione, Coordinamento e Monitoraggio																		
A1 – Realizzazione di n. 19 workshop di alfabetizzazione su economia circolare e digitalizzazione (transizione green e digitale).																		
A2 – Realizzazione di n. 19 eventi informativi sulla Twin Transition nelle comunità locali.																		
A3 – Realizzazione di un festival sull'economia circolare.																		
A4 – Implementazione di n. 19 sportelli locali di consulenza e facilitazione per l'accesso a servizi e beni di consumo sostenibili.																		
A5 – Comunicazione e promozione																		
A6 – Valutazione d'impatto																		

7a - Risorse umane

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

Numero	Tipo attività che verrà svolta ⁵	Ente di appartenenza	Livello di Inquadramento professionale ⁶	Forma contrattuale ⁷	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
--------	---	----------------------	---	---------------------------------	---

⁵ 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".

1	3	B	PROGEU	A	Collaboratore esterno	43.000€ - B1
2	1	B	CODACONS	A	Dipendente	12.000€ - B1
3	1	B	FIBONACCI APS	A	Collaboratore esterno	12.000 € -B1
4	1	B	SOS IMPRESA CAMPANIA	A	Collaboratore esterno	12.000 € -B1
5	1	B	EARTH ODV	A	Collaboratore esterno	12.000 € -B1
6	1	B	OBSERVO APS	A	Collaboratore esterno	12.000 € -B1
7	1	B	RETRO APS ETS	A	Collaboratore esterno	12.000 € -B1
8	1	B	ASSOUTENTI LAZIO APS	A	Collaboratore esterno	12.000 € -B1
9	1	B	CODACONS LAZIO	A	Collaboratore esterno	12.000 € -B1
10	1	B	CODACONS LOMBARDIA	A	Collaboratore esterno	12.000 € -B1
11	1	B	ASSOCIAZIONE UTENTI DEI SERVIZI RADIOTELEVISIVI	A	Dipendente	12.000 € -B1
12	1	B	ADICONSUM ABRUZZO	A	Collaboratore esterno	12.000 € -B1
13	1	C	PROGEU	A	Collaboratore esterno	16.000 € - C1
14	1	C	CODACONS	A	Dipendente	7.450 € - C1
15	1	C	FIBONACCI APS	A	Collaboratore esterno	7.450 € - C1

⁶ 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

⁷ "Forma contrattuale": specificare "Dipendente" se assunto a tempo indeterminato o determinato; "Collaboratore esterno" nel caso di contratti professionali, contratto occasionale ecc.

16	1	C	SOS IMPRESA CAMPANIA	A	Collaboratore esterno	7.450 € - C1
17	1	C	EARTH ODV	A	Collaboratore esterno	7.450 € - C1
18	1	C	OBSERVO APS	A	Collaboratore esterno	7.450 € - C1
19	1	C	RETRO APS ETS	A	Collaboratore esterno	7.450 € - C1
20	1	C	ASSOUTENTI LAZIO APS	A	Collaboratore esterno	7.450 € - C1
21	1	C	CODACONS LAZIO	A	Collaboratore esterno	7.450 € - C1
22	1	C	CODACONS LOMBARDIA	A	Collaboratore esterno	7.450 € - C1
23	1	C	ASSOCIAZIONE UTENTI DEI SERVIZI RADIOTELEVISIVI	A	Dipendente	7.450 € - C1
24	1	C	ADICONSUM ABRUZZO	A	Collaboratore esterno	7.450 € - C1
25	6	D	PROGEU	A	Collaboratore esterno	68.000 € - D1
26	7	D	CODACONS	A	Collaboratore esterno	51.500 € - D1
27	1	D	CODACONS	A	Dipendente	12.000 € - D1
28	2	D	FIBONACCI APS	A	Collaboratore esterno	22.000 € - D1
29	2	D	SOS IMPRESA CAMPANIA	A	Collaboratore esterno	5.500 € - D1
30	2	D	EARTH ODV	A	Collaboratore esterno	13.000 € - D1
31	2	D	OBSERVO APS	A	Collaboratore esterno	11.000 € - D1
32	11	D	RETRO APS ETS	A	Collaboratore esterno	40.000 € - D1
33	3	D	ASSOUTENTI LAZIO APS	A	Collaboratore	13.500 € - D1

					esterno	
34	1	D	CODACONS LAZIO	A	Dipendente	13.500 € – D1
35	1	D	CODACONS LOMBARDIA	A	Collaboratore esterno	8.000 € - D1
36	3	D	ADICONSUM ABRUZZO	A	Collaboratore esterno	13.500 € – D1

7b. Volontari

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta ⁸	Ente di appartenenza	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				

8 – Collaborazioni

Descrivere eventuali collaborazioni con soggetti pubblici o privati operanti, 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.

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1	Comune di Castelnuovo Cilento	B
2	FAI ANTIRACKET ANTIUSURA ROMA - AGISA	B

⁸ **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".

3	Ripartizione Europa della Provincia autonoma di Bolzano Alto Adige	B & D
4	C.S.A.Q. COMMODILLA A.P.S	B
5	Mo.V.I. Roma Metropolitana OdV	B
6	ASSOCIAZIONE NUOVA OSA.APS	B
7	ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE SOCIALE – PULLINO	B
8	EARTH EMILIA ROMAGNA – FORLI' CESENA ODV	B & D
9	Earth Odv Calabria	B & D
10	AMOR DI GATTO ETS	B
11	ASSOCIAZIONE ANTIRACKET PIANURA PER LA LEGALITA' ED IN MEMORIA DI GIGI E PAOLO A.P.S.	B
12	FONDAZIONE PAULUS A.P.S.	B
13	SHIRAT HA-YAM ONLUS	B
14	COMUNE DI PAGO DEL VALLO DI LAURO	B
15	FORUM DELLE ASSOCIAZIONI ANTIUSURA	B
16	COORDINAMENTO NAPOLETANO ANTIUSURA	B
17	DIPARTIMENTO DI SCIENZE GIURIDICHE, UNIVERSITÀ DEL SALENTO	B & D
18	ANTEAS ABRUZZO APS	B
19	ADOC APS ABRUZZO	B
20	MUNICIPIO X ROMA	B

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

Specificare quali attività come descritte al punto 5 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.

Attività oggetto di affidamento a soggetti terzi nel rispetto dei criteri indicati dalla circolare 2 del 2009 al paragrafo 4 e s.s. richiamata in via analogica dall'avviso 2/2024.

Le attività di progettazione sono state affidate a ente terzo, **CROWDAID APS – ENTE DEL TERZO SETTORE**, organizzazione con esperienza nella pianificazione, preparazione e realizzazione di progetti a valere su fondi regionali, nazionali ed europei. Sarà inoltre affidata allo stesso ente la realizzazione di una valutazione d'impatto, in modo da favorire la trasparenza delle decisioni e delle azioni intraprese, consentendo di rendere conto dei risultati effettivi e dimostrare con dati concreti l'impatto positivo del progetto.

10. Sistemi di valutazione

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

Obiettivo specifico	Attività	Tipologia strumenti
Favorire l'alfabetizzazione rispetto a alla sostenibilità ambientale e le nuove tecnologie digitali	Realizzazione di n. 19 workshop di alfabetizzazione su economia circolare e digitalizzazione (transizione green e digitale).	- Questionario ex-ante, per valutare le conoscenze pregresse. - Questionario ex-post per valutare le conoscenze acquisite.
Sensibilizzare la cittadinanza sul consumo responsabile e informarla sulla funzionalità dei nuovi strumenti digitali.	Realizzazione di n. 19 eventi informativi sulla Twin Transition nelle comunità locali.	- Form online di valutazione ex-post dell'evento.
Favorire l'accesso a servizi e beni di consumo sostenibili per la cittadinanza.	Implementazione di n. 19 sportelli locali di consulenza e facilitazione per l'accesso a servizi e beni di consumo sostenibili.	- Form online di valutazione ex-post del servizio ricevuto.

11. Attività di comunicazione

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

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia
Campagna di sensibilizzazione e informazione e online.	Social media (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube), sito web, newsletter.	- Diffusa la consapevolezza sulla crisi climatica. - Diffuse le conoscenze essenziali sulla Twin transition.	- Numero di visualizzazioni del sito web: 10.000. - Copertura dei post sui social: 100.000 persone. - Almeno 5.000 persone raggiunte con le Newsletter.

Allegati: n° 20 *relativi alle collaborazioni (punto 8).*