

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

IN Sinergia - Insieme per una sostenibilità di tutti e per tutti

1b - Durata

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

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] Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo
[2] Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento permanente per tutti
[3] Porre fine ad ogni forma di povertà

2b - Aree prioritarie di intervento ²
[1] Promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile;
[2] 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;
[3] 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 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

Lo statuto di Adiconsum nazionale rientra nella linea di attività **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;), con particolare focus sulla promozione e tutela dei diritti dei consumatori, sulla cittadinanza attiva, sulla solidarietà e sulla responsabilità.

Adiconsum svolge attività di tutela e promozione dei diritti dei consumatori a livello collettivo ed individuale, anche attraverso 160 sportelli capillarmente distribuiti su tutto il territorio italiano, garantendo accessibilità diffusa ai servizi di assistenza e consulenza. (art 2 dello statuto Adiconsum)

Rientrano, coerentemente con lo statuto dell'associazione, anche la linea di attività **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;) nell'accezione di attività culturali di interesse sociale con finalità educativa.

(art 3 dello statuto Adiconsum)

La linea di attività **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;) è prevista nello statuto nell'accezione di eventi, interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali (art 3 dello statuto Adiconsum).

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 si sviluppa con copertura nazionale (20 regioni) e prevede numerosi eventi dal vivo che in alcune località strategiche supporteranno la partecipazione del grande pubblico, con particolare attenzione ai soggetti più fragili e quindi più esposti al rischio di marginalizzazione nel percorso di sviluppo sostenibile del paese, sviluppando ulteriormente l’attività già svolta nel corso del precedente progetto “In Sinergia”.

3.2. Idea a fondamento della proposta

“In Sinergia - Insieme per una sostenibilità di tutti e per tutti” si fonda sull’idea di avvicinare i consumatori e, in particolare, i soggetti più vulnerabili verso uno stile di vita sostenibile che sappia sfruttare a pieno anche le potenzialità degli strumenti digitali come ulteriore motore di sviluppo verso la sostenibilità integrale.

In continuità con il predecessore “In Sinergia”, la seconda edizione continuerà ad applicare un approccio inclusivo che coinvolgerà non solo i cittadini ma anche il mondo del terzo settore e delle imprese (PMI, ma anche grandi eccellenze italiane) al fine di costruire legami che produrranno un impatto positivo su tutto il paese promuovendo la nascita di servizi e strumenti sempre più a misura di cittadino.

3.3. Descrizione del contesto

Gli obiettivi dell’agenda 2030 e delle direttive europee spingono sempre di più verso stili di vita più sostenibili sul piano sociale, ambientale ed economico fissando traguardi il cui raggiungimento determinerà il futuro delle prossime generazioni. Al contempo, il Paese si deve confrontare con le nuove sfide del mondo digitale che riguarderanno tanto i cittadini, quanto le imprese e la pubblica amministrazione. In quest’ottica, l’atteggiamento vincente sarà quello di affrontare le due tematiche contemporaneamente, anche in virtù del fatto che esse sono destinate a diventare una il fattore catalizzante dell’altra.

Affrontare la transizione digitale-sostenibile non è sempre semplice: senza le giuste conoscenze, si rischia di cadere nella fuorviante convinzione che la sostenibilità e l’utilizzo delle tecnologie per migliorare la propria vita siano “per pochi”.

Queste errate convinzioni riguardano soprattutto tutte quelle fasce di popolazione vulnerabili, che rischiano di rimanere escluse dal processo di transizione, con pesanti ripercussioni in termini di qualità della vita (rischio esclusione sociale, utilizzo scorretto delle tecnologie, povertà energetica).

In estrema sintesi, applicare il buon senso ai consumi, alle nuove tecnologie e ai nostri stili di vita ci permetterà di far sì che la transizione sostenibile-digitale abbia effetti positivi su tutta la popolazione. Infine risulta importante acquisire la capacità di sviluppare la transizione sostenibile-digitale attraverso una prospettiva tutta italiana, che permetta di valorizzare il lavoro delle imprese virtuose, delle eccellenze del territorio e delle tradizioni nostrane.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

- *E' necessario individuare e rimuovere il più possibile le disuguaglianze nell'accessibilità di beni e servizi sostenibili, in ogni ambito del consumo e degli stili di vita, sotto il profilo pratico e culturale, per neutralizzarne le implicazioni sociali.*
- *E' necessario individuare promuovere forme di supporto e incentivazione specifiche per le fasce sociali meno abbienti e i cittadini appartenenti a categorie svantaggiate, affinché possano fare propri i valori del consumo sostenibile, ma anche riuscire a mettere in pratica, senza sacrifici ingiusti, le buone prassi e le scelte più importanti nei vari ambiti.*
- *Occorre spiegare e agevolare l'osservanza delle nuove norme che, mediante divieti o imposizioni, supportano la transizione ecologica e la limitazione dell'impatto ambientale o delle emissioni di CO₂, (fine produzione delle auto diesel, divieti di circolazione alle auto inquinanti nei centri urbani, efficienza energetica degli edifici, switch off delle caldaie a gas, direttiva EPBD, obbligo di certificazione APE per le abitazioni in fase di vendita o locazione ecc.) che comportano oneri rilevanti per i cittadini e impattano maggiormente sulle fasce deboli. Esse necessitano di una valutazione di impatto preventiva e successiva, basata anche sull'ascolto e sullo studio delle barriere che ostacolano la compliance delle famiglie.*
- *Occorre coinvolgere gli anziani, che hanno da sempre una certa difficoltà a seguire l'evoluzione sociale, culturale e tecnologica: oggi la vita si è allungata, le trasformazioni si sono velocizzate esponenzialmente e questa difficoltà può diventare un muro insormontabile. E' importante raggiungerli con informazioni mirate, corrette e puntuali, disinteressate, per incoraggiarli ad adottare soluzioni sostenibili e minimizzare il rischio che subiscano raggiri e pratiche commerciali scorrette da parte di imprese senza scrupoli o vere e proprie truffe da parte di malintenzionati.*
- *Occorre aiutare i consumatori a conoscere i principi di base del consumo consapevole, imparando a costruire il proprio modello di scelta e di acquisto, sulla base di parametri oggettivi e di criteri razionali e non già delle pervasive sollecitazioni del marketing e dell'informazione distorta presente sul Web.*

- *E' necessario incoraggiare il dialogo tra produttori e consumatori per avvicinare domanda e offerta, favorendo la trasparenza e l'informazione aggiuntiva rispetto agli obblighi di legge, ma soprattutto promuovendo le produzioni sostenibili sul mercato (la preferenza dei consumatori come incentivo alla transizione verde della produzione)*
- *Occorre utilizzare la sostenibilità come connettore sociale tra le persone, contrastando l'isolamento sociale e promuovendo il sentimento di comunità e il valore della cittadinanza attiva, la collaborazione, la solidarietà e il dialogo intergenerazionale*

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:

Il progetto rappresenta la naturale prosecuzione del precedente progetto-pilota In Sinergia, consolidando le iniziative già realizzate, ampliandone i temi e potenziando alcuni aspetti per incrementare la presenza e la sinergia tra le tematiche progettuali e il contesto territoriale. Il progetto mantiene il suo target specifico rappresentato da giovani e senior, mirando ad un coinvolgimento più radicato nella vita dei territori attraverso la partecipazione a fiere ed eventi. Infine in Sinergia estenderà la realizzazione del patto aziende e consumatori con un progetto pilota in Emilia Romagna, dove le PMI e grandi aziende virtuose potranno unirsi a quelle mappate nella precedente edizione in Veneto, Marche e Lombardia al fine di rafforzare il legame di fiducia tra consumatori e imprese sostenibili.

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>
Giovani (11-35 anni) Obiettivo specifico: Sensibilizzare i giovani alla sostenibilità integrale attraverso iniziative locali nelle scuole/università/centri di aggregazione giovanili, ma anche attraverso eventi /fiere e canali di comunicazione digitali. L'approccio sarà partecipativo ed esperienziale e sarà applicata una metodologia di peer learning/diffusione a cascata delle buone pratiche.	2.250 (direttamente coinvolti) 15.000 (indirettamente coinvolti)	I partner di progetto collaborano stabilmente con numerose scuole /Università/Centri di aggregazione giovanili che saranno contattate e coinvolte in incontri di formazione/sensibilizzazione, offerti in forma totalmente gratuita e flessibile per incontrare le esigenze degli interlocutori (Studenti, DS, Professori, Responsabili). Oltre agli incontri nelle scuole, è prevista l'estensione delle attività di coinvolgimento dei giovani attraverso la partecipazione del progetto a fiere ed eventi presenti nelle regioni italiane. Infine saranno inoltre offerte modalità di formazione e sensibilizzazione digitali attraverso materiali realizzati per il progetto. Le attività del progetto, improntate alla continuità tra le competenze teoriche trasferite e il vissuto quotidiano dei ragazzi, perseguono un miglioramento del grado di attenzione alla sostenibilità, delle capacità di valutazione delle scelte di acquisto e di consumo (con le loro implicazioni socio-ambientali), e dei comportamenti in generale, con un potenziale effetto moltiplicatore; in quanto i giovani svolgeranno un ruolo di opinion leader all'interno delle proprie famiglie. Oltre ai giovani direttamente incontrati e coinvolti nei percorsi formativi, sono previste dinamiche di peer learning/diffusione di materiali digitali relativi all'iniziativa che coinvolgeranno, indirettamente, studenti e i giovani di tutta Italia.
Senior (over 65) Obiettivo specifico: Sensibilizzare la popolazione anziana sui vantaggi della sostenibilità, supportare nell'acquisizione delle competenze necessarie, contrastando l'isolamento sociale e promuovendo uno stile di vita più sostenibile.	1.000 (direttamente coinvolti) 150.000 (indirettamente coinvolti)	Gli anziani partecipanti agli incontri saranno reclutati grazie al partenariato con Anteias - Associazione Nazionale Tutte le Età attive per la Solidarietà. nonché la collaborazione con FNP Cisl (Federazione nazionale Pensionati), e raggiunti anche in forma indiretta mediante le reti associative Anteias nazionale, Adiconsum nazionale, FNP Cisl, grazie alle strutture presenti capillarmente su tutto il territorio nazionale. I partecipanti saranno anche reclutati e supportati attraverso le attività progettuali rivolte al pubblico (Help desk presso le sedi locali Adiconsum, chat/call center di Movimento Consumatori nazionale, la rete nazionale GeCo di Anteias nazionale). Le attività formative con gli over 65 declinano in forma specifica i contenuti del percorso formativo seguito dagli operatori delle associazioni partner (attività 1), per consentire agli anziani un miglioramento della propria capacità di stare al passo con l'evoluzione degli stili di vita, in funzione della sostenibilità, comprendendo quali siano gli obiettivi di cambiamento "alla propria portata" e con quali graduali step si possono conseguire e se ci siano e quali siano le forme di

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).

		sostegno pubblico (incentivi, servizi ecc.). Inoltre, le attività comporteranno un beneficio anche dal punto di vista sociale, facendo conoscere le opportunità offerte dalla partecipazione ad attività di condivisione e scambio, solidarietà ecc (es. per la lotta allo spreco di cibo, il riuso-riciclo, i gruppi di acquisto locali, le comunità energetiche per l'energia verde, le iniziative del tipo "puliamo il mondo"), così favorendo l'inclusione e il sentimento di appartenenza ad una comunità che condivide valori e collabora al suo interno anche per combattere l'isolamento sociale, la povertà, il degrado e l'inquinamento. Gli incontri con gli anziani saranno anche un'occasione di dialogo con i produttori locali di beni e servizi sostenibili, che saranno invitati a testimoniare il loro impegno verso la sostenibilità integrale. La popolazione anziana sarà inoltre coinvolta attraverso la condivisione di materiali informativi prodotti dai giovani/studenti impegnati nel progetto, al fine di promuovere uno scambio di conoscenze cross-generazionale.
Pubblico dei consumatori (6-99 anni) Obiettivo specifico: Sostenere i consumatori, in particolare le fasce più fragili della popolazione, nell'avvicinarsi ai temi della sostenibilità fornendo informazioni e assistenza affinché le scelte sostenibili producano un vantaggio economico	2.000 (direttamente coinvolti) 190.000 (indirettamente coinvolti)	Pubblico generale dei consumatori, raggiunto attraverso la campagna mediatica e attraverso gli eventi/le manifestazioni pubbliche realizzati nel corso del progetto. Con le attività in loco, la popolazione potrà toccare con mano beni e servizi sostenibili, capirne i vantaggi e parlare direttamente con i produttori. Inoltre l'esperienza sarà un modo per comprendere la sostenibilità in modo pratico e divertente, attraverso numerose iniziative. La campagna di sensibilizzazione servirà per dare informazioni di carattere generale, che saranno rafforzate attraverso le esperienze che i consumatori potranno fare dal vivo. Tra i fattori moltiplicatori si includono i canali di comunicazione dei partner (newsletter, sito web, riviste), le testate giornalistiche, il passaparola e soprattutto i social network, che saranno ampiamente sfruttati grazie alla forte presenza e affermazione dei proponenti.
Imprese, organizzazioni imprenditoriali e CCIAA Obiettivo specifico: Coinvolgere aziende e consumatori per un impegno comune verso una produzione ed un consumo più sostenibili e inclusivi.	500 PMI - grandi imprese coinvolte	Il pubblico delle imprese sarà raggiunto con il fine di realizzare una connessione tra consumatori e produttori, con lo scopo di generare dinamiche di consumo più inclusive ed etiche, nel rispetto del principio di sostenibilità. Tale approccio renderà le imprese più attente alle necessità dei consumatori e permetterà a questi di conoscere alcune delle buone pratiche che produttori locali e nazionali stanno attuando. Il target delle imprese farà da cassa di risonanza delle iniziative del progetto, attraverso i propri media ed i propri dipendenti, incrementando ulteriormente l'impatto dell'iniziativa.

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

Attività 1. Formazione interna (Ambito territoriale: 20 regioni) (Obiettivi SGD: n. 4 e n. 12) - Formazione dei responsabili territoriali relativi alle strutture dei partner del progetto e sostegno per lo svolgimento delle campagne locali di informazione (scuole e anziani). Il personale nazionale, regionale e locale parteciperà ad un corso di formazione in modalità online, con l'obiettivo specifico di migliorare le competenze interne e facilitare il trasferimento di conoscenze verso il grande pubblico e verso i due target specifici (giovani e anziani), attraverso l'attività quotidiana di ricevimento dei consumatori ed eventi specifici del progetto (incontri nelle scuole e con gli anziani). L'attività di formazione renderà il personale in grado di presentare a studenti e anziani specifici percorsi educativi su diversi aspetti del consumo sostenibile. Rispetto alla precedente annualità (progetto "In Sinergia"), i corsi relativi a quest'anno potranno includere nuove tematiche come alimentazione, salute, cultura, finanza e tempo libero, sempre attraverso il punto di vista caratteristico del progetto, incentrato su tecnologia e sostenibilità, o approfondire quelle trattate nella precedente edizione (Intelligenza artificiale, Smart cities, Sostenibilità integrale, Comunità energetiche e autoconsumo diffuso, Il valore del sociale in un mondo digitale) focalizzandosi su specifici strumenti e piattaforme.

Partner coinvolti e ruolo: Adiconsum Nazionale (organizzazione corso online, struttura contenuti, individuazione docenti, coinvolgimento degli operatori a livello nazionale/locale e tutoraggio nella fase di conduzione delle attività territoriali, formatore, materiali di formazione), Next - Nuova Economia (supporto alla definizione dei contenuti e struttura corso online, alla realizzazione del materiale e formatore), Anteias Nazionale (supporto alla definizione dei contenuti e struttura corso online e formatore / coinvolgimento operatori territoriali), Movimento Consumatori nazionale (supporto alla definizione dei contenuti e struttura corso online e formatore / coinvolgimento operatori territoriali), Adiconsum Veneto, Marche, Emilia Romagna e Lombardia (reclutamento operatori partecipanti al corso).

Esperienza maturata: Adiconsum organizza annualmente, da oltre 35 anni, corsi di formazione e aggiornamento rivolti a responsabili e operatori territoriali dell'Associazione, al fine di garantire servizi efficienti ai propri associati e condurre specifici progetti. E' importante evidenziare, inoltre, l'esperienza nell'educazione "a cascata" prevista per questa attività: nell'ambito delle sue attività progettuali, Adiconsum ha più volte realizzato, con successo, corsi di formazione pensati per il successivo trasferimento delle conoscenze a gruppi target di beneficiari, tra cui le scuole e il grande pubblico. Inoltre, la partnership è stata curata in modo da

coinvolgere soggetti con grande esperienza nell'organizzare eventi di formazione ed educazione, in modo da ottimizzare le tempistiche e l'efficacia del progetto; In termini di formazione specifica sul tema della sostenibilità, oltre alle esperienze di Adiconsum, Anteas e Movimento Consumatori vi è l'importante bagaglio esperienziale di Next Nuova Economia, che si specializza proprio nelle tematiche della sostenibilità e degli obiettivi SDG.

Attività 2. Attività educativa dei giovani (11 - 35 anni) (Ambito territoriale: 20 regioni) (Obiettivo SGD: n. 4 e n. 12) -

Attività informativa e di sensibilizzazione nelle scuole/Università/Centri di aggregazione e all'interno di fiere ed eventi con l'obiettivo specifico di sensibilizzare e avvicinare i giovani alle tematiche della sostenibilità attraverso un approccio inclusivo che valorizza le esperienze di enti del terzo settore e aziende. Prevede la realizzazione di 30 appuntamenti territoriali di formazione per giovani (11-35 anni - studenti universitari, liceali e scuole medie) sui temi della sostenibilità integrale e dell'economia civile, da parte degli operatori che hanno preso parte alla formazione interna (Adiconsum, Movimento Consumatori, Next - Nuova Economia).

Oltre al coinvolgimento dal vivo, sia durante gli incontri nelle scuole che nel corso degli eventi, saranno inoltre distribuiti materiali educativi digitali messi a disposizione delle scuole da parte di Adiconsum Nazionale.

E' inoltre prevista la realizzazione di 1 laboratorio esperienziale da 3 ore in 5 istituti di istruzione tra scuole e/o università sull'economia civile, sui modelli di consumo e produzione responsabile collegati al Goal 12 dell'Agenda 2030. Nell'ambito di questa attività, sarà infine realizzato 1 evento nazionale sul consumo responsabile "Good Friday 2025": un'iniziativa di cash mob etico promossa da Next - nuova economia, allo scopo di sensibilizzare la popolazione a "votare" per la sostenibilità con le proprie scelte di acquisto e di consumo etiche, privilegiando le aziende che rispettano i diritti dei lavoratori e la salute del pianeta, disponibile su piattaforma digitale e dal vivo a copertura delle 20 regioni italiane.

Partner coinvolti e ruolo: Adiconsum nazionale (realizzazione materiali di formazione digitale, mappatura e monitoraggio, campagna di sensibilizzazione online giovani), Next - Nuova economia (reclutamento e contatto con n. 20 scuole/Università/Centri di aggregazione e organizzazione degli incontri e supporto alla realizzazione dei materiali, realizzazione del laboratorio esperienziale con n. 5 istituti formativi, coordinamento ed organizzazione dell'evento "Good Friday"), Movimento consumatori (reclutamento e coinvolgimento di un totale di n. 10 scuole/Centri di aggregazione/università e organizzazione degli incontri), Adiconsum Veneto, Marche, Lombardia, Emilia Romagna (raggiungimento del target dei giovani contestualmente agli eventi organizzati per l'attività 6 - villaggi satellite e/o partecipazione a fiere / eventi).

Esperienza maturata: Le articolazioni regionali degli enti coinvolti hanno maturato grande esperienza nella realizzazione di progetti nelle scuole/università e centri di aggregazione per i giovani. La partecipazione di Next Nuova Economia, che è specializzata proprio nelle tematiche della sostenibilità e organizza periodicamente attività laboratoriali nelle scuole, è particolarmente indicata per i contenuti e il programma della presente linea di attività.

Attività 3 Iniziative per la sensibilizzazione degli anziani (Ambito territoriale: 20 regioni) (Obiettivo SGD: n.1, n. 4, n. 12) -

Similarmente all'attività 2, l'attività 3 prevede di promuovere un percorso info/formativo a gruppi di anziani attraverso iniziative ad hoc, che permetteranno loro di beneficiare di una formazione dedicata. L'obiettivo specifico è quello di avvicinare anche questa rilevante parte della popolazione, meno incline a cambiare le proprie abitudini di consumo, alle scelte sostenibili, affrontando il problema dal punto di vista della facilità di attuazione, per una maggiore efficacia, ad esempio offrendo supporto in relazione alle barriere tipiche per questa fascia di età.

Partner coinvolti e ruolo: Adiconsum nazionale (coordinamento iniziative da realizzare, mappatura e monitoraggio della fase di implementazione), Movimento Consumatori (ricognizione e contatto per un totale di n. 10 iniziative di coinvolgimento degli anziani), Anteias nazionale (organizzazione di n. 20 iniziative con il coinvolgimento degli anziani e coordinamento delle sedi locali a copertura di tutte le regioni italiane, realizzazione dei materiali formativi per gli over 65, coinvolgimento del target dei destinatari per la partecipazione alle iniziative).

Esperienza maturata: Anteias, Adiconsum, Movimento consumatori hanno maturato grande esperienza nella realizzazione di progetti formativi rivolti agli anziani, sia in ambito di formazione al consumatore, sia attraverso iniziative incentrate sulla digitalizzazione/sostenibilità della popolazione più anziana. In particolare Anteias è un punto di riferimento essenziale per la popolazione over 65, in grado di coinvolgere un ingente numero di anziani nel progetto e adottare metodologie di informazione più efficaci sul target specifico.

Attività 4. Il Patto Aziende & Consumatori - "La Scelta Consapevole" (Ambito territoriale: 4 regioni) (Obiettivo SGD: n. 1, n. 12)

L'attività del patto tra aziende e consumatori nasce dalla necessità di promuovere i benefici del consumo sostenibile incoraggiando le aziende ad offrire beni e servizi a misura di consumatore, dare visibilità alle buone pratiche e incoraggiare grandi aziende sul territorio e PMI a fare scelte imprenditoriali che producano benefici per i consumatori e soprattutto per le fasce della popolazione più fragili, come anziani e giovanissimi, facilitando il dialogo e la collaborazione concreta tra domanda e offerta, favorendo la trasparenza e l'informazione aggiuntiva rispetto agli obblighi di legge e valorizzando le produzioni sostenibili sul mercato. L'attività trae spunto da una buona prassi implementata nel territorio di Verona (ed estesa, attraverso una fase pilota del progetto In Sinergia, anche a Lombardia e Marche) prevede azioni educative ed informative verso i consumatori accanto ad interventi di coinvolgimento e valorizzazione di produttori, mercati, negozi particolarmente attenti alle scelte etiche, sostenibili e ambientali, al fine di realizzare uno spazio di dialogo costruttivo tra domanda e offerta, con la creazione di una vetrina virtuale all'interno della quale i consumatori possono ricevere informazioni su produttori locali che

applicano criteri di sostenibilità, promuovendo al contempo l'economia territoriale e i prodotti locali. L'attività coinvolgerà 4 regioni di cui 3 già precedentemente protagoniste della prima edizione del progetto (Veneto, Marche, Lombardia) alle quali si aggiungerà anche l'Emilia Romagna.

A partire dalle aree geografiche precedentemente coinvolte, la mappatura sul territorio di aziende e PMI sostenibili sarà ulteriormente estesa, avvicinandosi anche a tutte quelle micro-imprese che stanno abbracciando il concetto di sostenibilità integrale e agli enti che rappresentano queste realtà presenti a livello locale.

A supporto delle realtà locali Adiconsum, sono previste attività di sensibilizzazione per i professionisti tra cui: nuovi cicli di seminari rivolti alle camere di commercio e organizzazioni d'impresa locali, sull'economia civile e sul tema della sostenibilità integrale ESG; workshop rivolti alle aziende, di approfondimento sull'utilizzo del sistema di rendicontazione non finanziaria del NeXt Index ESG - Impresa Sostenibile®; attività di supporto alla sperimentazione di 2 Patti di Comunità tra imprese, ETS e Comuni, volti allo sviluppo di sistemi di produzione e consumo responsabile di prodotti e servizi.

Partner coinvolti e ruolo: Adiconsum Nazionale (coordinamento), Next nuova Economia (coinvolgimento e contatto con aziende sostenibili,

realizzazione di 4 seminari alle CCIAA e organizzazioni d'impresa, realizzazione di 4 workshop per le aziende, realizzazione di 1 laboratorio residenziale di formazione per la sede Adiconsum Emilia Romagna), Adiconsum Lombardia (estensione mappatura e coinvolgimento aziende sostenibili in un'area del proprio territorio, supporto alle attività seminariali e di workshop), Adiconsum Marche (estensione mappatura e coinvolgimento aziende sostenibili in un'area del proprio territorio, supporto alle attività seminariali e di workshop), Adiconsum Veneto (ampliamento banca dati produttori locali, aggiornamento app/piattaforma di mappatura delle aziende sostenibili, supporto alle attività seminariali e di workshop), Adiconsum Emilia Romagna (mappatura e coinvolgimento aziende sostenibili in un'area del proprio territorio, supporto alle attività seminariali e di workshop) le attività di questa regione saranno supportate anche dalla pregressa esperienza delle altre sedi regionali e territoriali Adiconsum.

Esperienza maturata: Adiconsum (nazionale e regionali), in qualità di associazione per la difesa dei consumatori, studia e rielabora i problemi e i bisogni dei

consumatori, mantiene rapporti con aziende di beni e servizi, al fine di garantire la massima trasparenza contrattuale e incoraggiare le aziende ad intraprendere

azioni virtuose a beneficio dell'intera comunità. Next Nuova Economia è una APS specializzata nel promuovere la sostenibilità tra le aziende e valorizzarne i meriti,

incoraggiando i cittadini a "Votare con il portafoglio" per concorrere alla trasformazione positiva del sistema economico.

Attività 5. Help Desk/Servizio di supporto e accompagnamento per un consumo sostenibile (Ambito territoriale: 20 regioni) (Obiettivo SGD: n.

1, n. 12) - Al fine di potenziare l'attività di formazione ed integrarla nell'attività giornaliera di assistenza ai consumatori, all'interno degli sportelli di ascolto Adiconsum regionale saranno predisposti degli help desk in grado di orientare i consumatori a forme di consumo più virtuose e socialmente responsabili.

L'obiettivo specifico di questo servizio sarà quello di fornire assistenza, indirizzamento e supporto alle persone che vogliono avvicinarsi al consumo sostenibile,

illustrarne il vantaggio individuale e collettivo e suggerire le opzioni migliori per le loro esigenze nei vari ambiti, dall'efficienza energetica alla mobilità, ai beni di largo consumo, ecc. A completamento, MC nazionale fornirà supporto attraverso il call center/chat attiva a livello nazionale. Inoltre, le strutture di Anteas, diffuse

capillarmente a livello locale, fungeranno da antenne sul territorio, attraverso la figura dei GeCo (Generatori di Comunità), per rilevare situazioni di bisogno ed

esigenze specifiche in merito ai temi progettuali, in particolare per gli over 65, organizzando il supporto ed assistenza e ove opportuno indirizzando alle strutture ed

enti pubblici di competenza.

Partner coinvolti e ruolo: Adiconsum Marche, Adiconsum Lombardia, Adiconsum Veneto, Adiconsum Emilia Romagna (help desk dedicato alle tematiche legate

al consumo responsabile e sostenibile), Movimento Consumatori nazionale (chat/call center a livello nazionale di assistenza sui temi della sostenibilità), ANTEAS (coordinamento della rete nazionale GeCo di supporto e accompagnamento agli over 65), strutture regionali ANTEAS (supporto e accompagnamento over 65 tramite il GeCo regionale) Adiconsum nazionale (coordinamento).

Esperienza maturata: L'attività di sportello di assistenza rientra tra le attività principali delle associazioni dei consumatori coinvolte; inoltre si segnala che le

articolarioni regionali Adiconsum hanno già ospitato in passato con grande successo degli sportelli tematici all'interno della propria organizzazione per "Dico Sì", un

progetto per promuovere la digitalizzazione sostenibile (utilizzo della tecnologia digitale con risvolti positivi per società, ambiente ed economia) tra la popolazione

over 65. Evidenziamo, inoltre, la grande esperienza di ANTEAS nel ruolo di supporto alla popolazione over 65, parte integrante della mission dell'ente.

Attività 6. Il Villaggio della Sostenibilità (Ambito territoriale: 20 regioni) (Obiettivo SGD: n.1, n.4, n.12) - Evento a livello nazionale che ha l'obiettivo

specifico di avvicinare l'intera popolazione alla sostenibilità, attraverso un approccio pratico che prevede il contatto e la reciproca conoscenza tra domanda e offerta di beni e servizi sostenibili tramite stand e attività di intrattenimento legate alla sostenibilità. Il Villaggio offrirà anche uno spazio di dialogo e confronto tra tutti gli attori chiave, andando ad articolarsi sulle varie tematiche con workshop e conferenze disponibili online per tutto il territorio nazionale.

Il programma sarà ricco di eventi, iniziative e laboratori volti a valorizzare sia la necessità di rendere i beni e prodotti sostenibili accessibili a tutti, sia la responsabilità di rendere il mondo un posto migliore che riguarda direttamente tutti i cittadini.

Oltre all'evento "Villaggio della sostenibilità" al livello nazionale, è prevista la realizzazione di villaggi-satellite che riguarderanno le quattro strutture Adiconsum regionali, si tratterà di eventi rivolti al pubblico target, all'interno dei quali è previsto anche il raggiungimento dei giovani per la sensibilizzazione (vedi attività 2), ma anche il coinvolgimento del mondo delle imprese e del pubblico generale dei consumatori.

Partner coinvolti e ruolo: Adiconsum Nazionale (organizzatore villaggio della sostenibilità nazionale), Adiconsum Veneto - Adiconsum Marche - Adiconsum

Lombardia -Adiconsum Emilia Romagna (organizzazione villaggi-satellite), Anteias (Partecipazione come relatore), Movimento Consumatori (Partecipazione come relatore), Next Nuova economia (realizzazione di workshop tematici all'interno dell'evento).

Esperienza maturata: Il villaggio della sostenibilità è un evento già organizzato da Adiconsum con grande interesse del pubblico dei consumatori; in base alle

esperienze fatte nelle precedenti edizioni, sarà possibile estenderlo ulteriormente, sempre con il supporto di NEXT Nuova Economia per la realizzazione di specifiche attività. In tema di organizzazione di eventi, campagne itineranti, iniziative che prevedono il coinvolgimento del pubblico in piazze, centri commerciali e altri luoghi di interesse, tutti gli enti parte del progetto vantano una grande esperienza sia a livello Nazionale che regionale.

Attività 7. Campagna mediatica e social per avvicinare le persone alla sostenibilità (Ambito territoriale: 20 regioni)

(Obiettivo SGD: n.1, n.4, n.12)- Campagna di massima diffusione, rivolta al pubblico generale dei consumatori, comprendente infografiche, curiosità, trucchi salva-denaro e articoli a tema sostenibilità, focalizzati su specifici argomenti. Inoltre è prevista una grande campagna promozionale prima, durante e dopo il Villaggio della sostenibilità, volta ad incrementare l'attenzione del grande pubblico sull'evento. L'obiettivo specifico di questa comunicazione è quello di assicurare alle attività progettuali una copertura mediatica rilevante, a livello locale e nazionale, per massimizzare la diffusione dei messaggi, incrementarne l'autorevolezza e mantenerne gli effetti nel tempo.

Esperienza maturata: Le campagne di sensibilizzazione sono parte integrante dell'attività ordinaria di tutti gli enti coinvolti che, attraverso la collaborazione tra enti nazionali e locali, sono in grado di raggiungere la popolazione attraverso una pluralità di canali. In particolare, i canali di comunicazione online di Adiconsum nazionale contano numerosi contatti e visualizzazioni, avendo raggiunto in precedenti campagne fino a 4 milioni di utenti.

[illegible]

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)
1	1	A	Adiconsum Nazionale	A	Collaboratore esterno	€ 5.040,000
2	2	A	Adiconsum Nazionale	A	Dipendente	€ 6.750,00
3	2	B	Adiconsum Nazionale	A	Dipendente	€ 51.000,00
4	1	C	Adiconsum Nazionale	A	Dipendente	€ 27.000,00
5	4	D	Adiconsum Nazionale	A	Dipendente	€ 86.000,00
6	1	D	Adiconsum Nazionale	A	Collaboratore esterno	€ 9.800,00
7	2	D	Adiconsum Nazionale	B	Collaboratore esterno	€ 10.000,00
8	1	B	Adiconsum Marche	A	Dipendente	€ 3.328,00
9	1	C	Adiconsum Marche	A	Dipendente	€ 3.072,00
10	1	D	Adiconsum Marche	A	Dipendente	€ 20.000,00
11	1	B	Adiconsum Veneto	B	Collaboratore esterno	€ 10.000,00
12	1	C	Adiconsum Veneto	B	Dipendente	€ 3.000,00
13	1	D	Adiconsum Veneto	B	Collaboratore esterno	€ 4.000,00
14	1	B	Adiconsum Emilia Romagna	A	Dipendente	€ 5.028,80
15	1	C	Adiconsum Emilia Romagna	A	Dipendente	€ 4.400,20
15	2	D	Adiconsum Emilia Romagna	A	Dipendente	€ 21.615,80
16	1	B	Adiconsum Lombardia	B	Collaboratore esterno	€ 4.050,00
17	1	C	Adiconsum Lombardia	A	Collaboratore esterno	€ 3.450,00
18	1	D	Adiconsum Lombardia	A	Dipendente	€ 19.094,74

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".

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.

19	1	B	Anteas	A	Dipendente	€ 9.500,00
20	1	B	Anteas	A	Collaboratore esterno	€ 3.600,00
21	1	B	Anteas	B	Dipendente	€ 8.800,00
22	1	C	Anteas	B	Dipendente	€ 5.280,00
23	1	C	Anteas	C	Dipendente	€ 3.600,00
24	1	C	Anteas	A	Dipendente	€ 3.120,00
25	3	D	Anteas	A	Collaboratore esterno	€ 31.600,00
26	3	D	Anteas	A	Dipendente	€ 26.400,00
27	1	D	Anteas	B	Dipendente	€ 8.000,00
28	1	D	Anteas	C	Dipendente	€ 5.400,00
29	1	B	Next	B	Collaboratore esterno	€ 12.800,00
30	1	C	Next	A	Dipendente	€ 10.560,00
31	4	D	Next	A	Dipendente	€ 55.800,00
32	1	D	Next	A	Collaboratore esterno	€ 8.000,00
33	1	B	Movimento Consumatori	A	Dipendente	€ 10.000,59
34	1	C	Movimento Consumatori	A	Dipendente	€ 8.000,16
35	4	D	Movimento Consumatori	A	Dipendente	€ 37.900,00

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				

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.

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".

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1	FNP CISL – Federazione Nazionale dei Pensionati è il sindacato degli anziani. E' capillarmente presente su tutto il territorio nazionale con una rete di punti di riferimento al servizio delle comunità locali. Svolge attività di promozione e segretariato sociale, difesa dei diritti, dialogo con le istituzioni, educazione sociale, volontariato e organizzazione del tempo libero.	La FNP supporterà il progetto nell'ambito delle attività 1, 3, 5, 6 e 7, in particolare nel coinvolgimento del target degli anziani riferiti ai suoi ambiti di intervento, per il tramite delle proprie strutture locali; offrirà specifica expertise nella realizzazione dei materiali informativi e formativi (moduli tematici); supporterà la promozione del progetto con la sua rete di associati e i suoi canali di comunicazione (newsletter, sito web, social media); parteciperà agli eventi con i suoi relatori
2	Next Social Commerce srl società benefit - Piattaforma Gioosto di vendita online a carattere sostenibile e solidale con l'obiettivo di creare benessere per la comunità e l'ambiente	Supporterà in particolare l'attività 4, coinvolgendo le imprese virtuose che garantiscono qualità, rispetto dei diritti dei lavoratori, impiego di persone in condizioni di difficoltà, uso di materie naturali e riciclabili, attenzione ai processi produttivi sostenibili, ma anche recupero e riciclo. La piattaforma Gioosto rappresenta una buona prassi, la cui expertise e competenza sarà valorizzata nei seminari e workshop formativi con le imprese, ma anche negli incontri con giovani ed anziani.
3	UNIONE ARTIGIANI DELLA PROVINCIA DI MILANO, MONZA E BRIANZA	Supporterà in particolare l'attività 4, coinvolgendo le imprese artigianali interessate ad avvicinarsi al tema della sostenibilità o a dare visibilità ad alcune pratiche sostenibili adottate. Inoltre l'Unione Artigiani della provincia di Milano, Monza e Brianza sarà invitata a partecipare al villaggio satellite organizzato in Lombardia.
4	Camera di Commercio di Verona	Supporterà in particolare l'attività 4, coinvolgendo le imprese locali interessate ad avvicinarsi al tema della sostenibilità o a dare visibilità ad alcune pratiche sostenibili adottate. Inoltre La Camera di Commercio di Verona sarà invitata a partecipare al villaggio satellite organizzato in Veneto.

5	Adiconsum Puglia	Supporterà la condivisione dei materiali divulgativi prodotti per il progetto (attività 7), permettendo di raggiungere più facilmente i consumatori nell'area di riferimento. L'ente sarà inoltre invitato a partecipare all'evento del Villaggio della sostenibilità (attività 6) portando la propria esperienza come associazione del terzo settore. la sede sarà inoltre invitata a partecipare ai corsi di formazione (attività 1) e a supportare l'attività di sensibilizzazione sia verso i giovani che verso gli anziani (attività 2 e 3).
6	Adiconsum Liguria	Supporterà la condivisione dei materiali divulgativi prodotti per il progetto (attività 7), permettendo di raggiungere più facilmente i consumatori nell'area di riferimento. L'ente sarà inoltre invitato a partecipare all'evento del Villaggio della sostenibilità (attività 6) portando la propria esperienza come associazione del terzo settore. la sede sarà inoltre invitata a partecipare ai corsi di formazione (attività 1) e a supportare l'attività di sensibilizzazione sia verso i giovani che verso gli anziani (attività 2 e 3).
7	Adiconsum Sardegna	Supporterà la condivisione dei materiali divulgativi prodotti per il progetto (attività 7), permettendo di raggiungere più facilmente i consumatori nell'area di riferimento. L'ente sarà inoltre invitato a partecipare all'evento del Villaggio della sostenibilità (attività 6) portando la propria esperienza come associazione del terzo settore. la sede sarà inoltre invitata a partecipare ai corsi di formazione (attività 1) e a supportare l'attività di sensibilizzazione sia verso i giovani che verso gli anziani (attività 2 e 3).
8	Adiconsum Piemonte	Supporterà la condivisione dei materiali divulgativi prodotti per il progetto (attività 7), permettendo di raggiungere più facilmente i consumatori nell'area di riferimento. L'ente sarà inoltre invitato a partecipare all'evento del Villaggio della sostenibilità (attività 6) portando la propria esperienza come associazione del terzo settore. la sede sarà inoltre invitata a partecipare ai corsi di formazione (attività 1) e a supportare l'attività di sensibilizzazione sia verso i giovani che verso gli anziani (attività 2 e 3).
9	Adiconsum Calabria	Supporterà la condivisione dei materiali divulgativi prodotti per il progetto (attività 7), permettendo di raggiungere più facilmente i consumatori nell'area di riferimento.

		L'ente sarà inoltre invitato a partecipare all'evento del Villaggio della sostenibilità (attività 6) portando la propria esperienza come associazione del terzo settore. la sede sarà inoltre invitata a partecipare ai corsi di formazione (attività 1) e a supportare l'attività di sensibilizzazione sia verso i giovani che verso gli anziani (attività 2 e 3).
10	Adiconsum Abruzzo	Supporterà la condivisione dei materiali divulgativi prodotti per il progetto (attività 7), permettendo di raggiungere più facilmente i consumatori nell'area di riferimento. L'ente sarà inoltre invitato a partecipare all'evento del Villaggio della sostenibilità (attività 6) portando la propria esperienza come associazione del terzo settore. la sede sarà inoltre invitata a partecipare ai corsi di formazione (attività 1) e a supportare l'attività di sensibilizzazione sia verso i giovani che verso gli anziani (attività 2 e 3).
11	Adiconsum Molise	Supporterà la condivisione dei materiali divulgativi prodotti per il progetto (attività 7), permettendo di raggiungere più facilmente i consumatori nell'area di riferimento. L'ente sarà inoltre invitato a partecipare all'evento del Villaggio della sostenibilità (attività 6) portando la propria esperienza come associazione del terzo settore. la sede sarà inoltre invitata a partecipare ai corsi di formazione (attività 1) e a supportare l'attività di sensibilizzazione sia verso i giovani che verso gli anziani (attività 2 e 3).
12	Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Verona	Supporterà le attività riguardanti l'attività 2 per il raggiungimento dei giovani e l'attività 4 di dialogo con le imprese e sarà invitato a partecipare e a condividere esperienze e ricerche al villaggio satellite che si terrà in Veneto (attività 6)
13	IAL Innovazione Apprendimento Lavoro Emilia Romagna Srl	Supporterà le attività riguardanti l'attività 2 per il raggiungimento dei giovani e sarà invitata a partecipare e condividere le proprie esperienze nel corso del villaggio satellite che si terrà in Emilia Romagna (attività 6) e dare promozione al progetto a livello regionale (attività 7).

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.

NON previste

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
Formare i responsabili territoriali, in modo da fornire gli strumenti necessari per realizzare campagne locali di informazione	Attività 1. Formazione interna degli operatori territoriali dei partners e sostegno per lo svolgimento delle campagne locali di informazione (scuole e anziani)	Numero di partecipanti e di strutture territoriali raggiunte; registro partecipanti ai corsi di formazione; visualizzazioni video delle lezioni; feedback partecipanti.
Sensibilizzare i giovani alla sostenibilità attraverso iniziative locali nelle scuole, al fine di promuovere una sostenibilità alla portata dei più giovani.	Attività 2. Attività educativa e di sensibilizzazione nelle scuole (20 regioni) attraverso diversi moduli e percorsi formativi. Partecipazione a Fiere ed eventi a livello	Reportistica incontri: Dichiarazione di partecipazione da parte delle scuole/università/centri di aggregazione con numero di classi e

	regionale e/o nazionale, realizzazione di materiali didattici digitali per una maggiore diffusione.	studenti/giovani o dichiarazione dell'organizzatore in caso di incontri realizzati durante fiere (se disponibile); feedback partecipanti, foto. Dichiarazione dei partecipanti a fiere e eventi da parte degli organizzatori
Sensibilizzare la popolazione anziana sui vantaggi della sostenibilità, contrastando l'isolamento sociale e promuovendo uno stile di vita più sostenibile.	Attività 3. Iniziative per la sensibilizzazione degli anziani in 20 regioni	Reportistica delle iniziative: foto degli incontri avvenuti, eventuali locandine.
Coinvolgere aziende e consumatori per un impegno comune verso una produzione ed un consumo più sostenibili e inclusivi.	Attività 4. Il Patto Aziende & Consumatori - "La Buona Scelta"	Rapporto di valutazione dedicato; lista delle aziende aderenti all'iniziativa.
Sostenere i consumatori, in particolare le fasce più fragili della popolazione, nell'avvicinarsi ai temi della sostenibilità, fornendo informazioni e assistenza affinché le scelte sostenibili producano un vantaggio economico	Attività 5. Help Desk/Servizio di supporto e accompagnamento per un consumo sostenibile	Report delle attività svolte per ogni help desk Adiconsum territoriale; n. soggetti rivoltisi al call center/chat dedicata ai temi progettuali da MC nazionale; contatti raggiunti tramite la rete nazionale GeCo di Anteias.
Promuovere il dialogo tra consumatori, aziende ed enti sul tema della sostenibilità. Attraverso convegni, esperienze ed attività ludico-informative.	Attività 6. Il Villaggio della Sostenibilità	Relazione evento (breve report con foto e link al video): n. di visitatori e partecipanti; n. di aziende partecipanti; n. di dibattiti e attività dal vivo organizzate; n. di villaggi satellite realizzati; n. di relatori esterni al consorzio del progetto.
Estendere i messaggi positivi e le buone pratiche promosse dal progetto a tutta la popolazione e, al contempo, dare visibilità	Attività 7. Campagna mediatica e social per avvicinare le persone alla sostenibilità	Analytics profili social/siti web/newsletter e Rassegna stampa

alle iniziative che coinvolgeranno il grande pubblico.		
--	--	--

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 social	Facebook, Instagram, X, Tik Tok, Youtube, advertising	170.000	Analytics social, statistiche ADV
Newsletters, Comunicati stampa, riviste, pubblicazioni, articoli e news, interviste, siti web dei partner	Canali interni dei partners del progetto	70.000	Statistiche invio newsletters, Analytics siti web, statistiche di distribuzione
Uscite su riviste, giornali, siti web esterni e advertising	Strumenti di advertising, testate nazionali e locali online e tradizionali	115.000	Rassegna stampa, Tiratura delle testate che ospiteranno le ADV, Analytics (per le ADV online)
Promozione del progetto e delle sue attività ed eventi, rivolta ad imprese, organizzazioni della società civile, camere di commercio, enti locali	Lettere di presentazione e invito a collaborare/partecipare	500	Report di invio email di invito

Allegati: n° 13. relativi alle collaborazioni (punto 8).

Roma 24/10/2024

Carlo De Masi
Presidente Adiconsum

