

AVVISO N. 2/2025

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 2025.

MODELLO D

SCHEDA DELLA PROPOSTA (INIZIATIVA O PROGETTO)

1a.- Titolo

V.I.S. Makers - Valore Idee Sostenibilità per il benessere dei giovani

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 generali¹

[1] 4) Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento permanente per tutti

[2] 12) Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

[3]

2b - Aree prioritarie di intervento²

[1] e) 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

[2] g) prevenzione e contrasto delle dipendenze patologiche, da droghe, legali e illegali, e comportamentali

[3] f) promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile

¹ I i progetti e le iniziative da finanziare con le risorse del Fondo per l'anno 2025 devono concorrere al raggiungimento degli obiettivi generali, così come prescritto nel paragrafo 3 dell'Avviso n. 2/2025. Gli obiettivi indicati dall'atto di indirizzo, D.M. 124 dell'08 agosto 2025, sono integralmente riportati nell'allegato 1 dell'avviso 2/2025.

² Sono integralmente riportate nell'allegato 1 dell'avviso 2/2025.

2c- Linee di attività³

Linee di attività di interesse generale in coerenza con lo Statuto dell'ente

Le associazioni proponenti, in linea con i propri Statuti e in riferimento anche a quanto previsto nell'art. 5 del Codice del terzo settore rientrano nelle seguenti linee di attività di interesse generale:

e) interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e l'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;

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;

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 2/2025.

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 è esteso a tutto il territorio nazionale con interventi in 20 Regioni/Province Autonome. Si prevede di realizzare le attività su tutto il territorio e principalmente in: Abruzzo (L’Aquila), Basilicata (Potenza), Calabria (Corigliano-Rossano, Reggio Calabria), Campania (Torre del Greco, Salerno), Friuli VG (Pordenone), Emilia Romagna (Modena, Bologna), Lazio (Roma e Frosinone), Liguria (Genova), Lombardia (Milano), Marche (Montegranaro e Fermo), Molise (Campobasso), Piemonte (Torino), Puglia (Bari, Lecce, Foggia), Sardegna (Cagliari), Sicilia (Messina, Palermo e Siracusa), Toscana (Firenze), Trentino AA (Trento), Umbria (Perugia), Veneto (Legnago VR), Val d’Aosta (Aosta).

3.2. Idea a fondamento della proposta

Il progetto **V.I.S. Makers** nasce dalla consapevolezza che oggi la sostenibilità non può essere considerata solo in termini ambientali: deve includere la dimensione sociale perché **salute, benessere e conoscenza** sono strettamente connessi. V.I.S. Makers vuole essere un **percorso di rigenerazione personale e collettiva dei consumatori del futuro e di coloro che li accompagnano** nel percorso di crescita. Un progetto che trasforma la sostenibilità in una pratica di cura quotidiana, non solo del pianeta, ma anche di sé stessi e degli altri. Attraverso **laboratori, giochi, attività creative** V.I.S. offre strumenti per accompagnare i giovani consumatori a diventare protagonisti attivi e consumatori sostenibili, evitando e riducendo comportamenti dannosi per la loro salute e per l’ambiente. Accanto ai ragazzi, sono **previsti percorsi dedicati alla comunità educante**: fornendo strumenti per sostenere il loro ruolo educativo e di consumatori sostenibili anche loro. Prendersi cura **dell’ambiente e del proprio benessere secondo il principio di sostenibilità è la chiave per sostenere una nuova collettività di giovani consumatori**, fondata sulla responsabilità condivisa. Infine, con gli sportelli e open day, si diffondono **i comportamenti di consumo sostenibile** e responsabile su tutto il territorio.

3.3. Descrizione del contesto

Diversi **studi nazionali e internazionali** (OMS, ISS, Istat, UNICEF-YouTrend) mostrano segnali convergenti di un’emergenza giovanile che coinvolge molteplici aspetti del benessere: ansia e disagio psicologico crescono in modo preoccupante. Il 50% dei giovani 18-25 anni dichiara di aver sperimentato ansia o depressione durante l’adolescenza (OMS & ISS, 2023), **ragazzi tra 11 e 15 anni, il 38% riferisce sintomi psicosomatici come mal di testa, insonnia e stanchezza legati a stress scolastico o relazionale (OMS, 2024)**. Sul piano fisico, oltre un quarto dei bambini e adolescenti tra 3 e 17 anni è in sovrappeso o obeso, a indicare **problemi diffusi di sedentarietà e cattiva alimentazione**, mentre solo il 25% degli adolescenti consuma quotidianamente frutta e verdura (ISS, 2023; OMS & ISS, 2022). I comportamenti a rischio si manifestano anche **nell’uso precoce di nicotina e alcol: il 37% dei ragazzi tra 14 e 17 anni ha già fatto uso di prodotti contenenti nicotina; il 17,5% dei minori tra 15 e 17 anni consuma alcolici e il 9% ha praticato binge drinking** (ISS, 2023; ISS, 2024), il 63% degli adolescenti segnala una significativa influenza negativa dei social media sulla propria immagine corporea (Telefono Azzurro & DoxaKids, 2023). A queste sfide si aggiunge la **crescente eco-ansia: il 70% dei giovani italiani** si dichiara preoccupato per la crisi climatica e il 22% manifesta sintomi di ansia legati a queste tematiche ambientali (UNICEF Italia & YouTrend, 2023). Sul piano sociale, persiste la diffusione di **stereotipi di genere tradizionali condivisi da quasi la metà dei giovani (ISTAT, 2023)**, mentre solo il 31% si sente realmente ascoltato dalle istituzioni o dagli adulti di riferimento (Istituto Toniolo, 2023). Queste dimensioni non sono separate, ma si intrecciano producendo **una diffusa disconnessione dall’ambiente, dal corpo e dagli altri**: la mancanza

di spazi di relazione autentica, la difficoltà nella gestione delle situazioni scolastiche e relazionali, l'incertezza per il futuro e rappresentano fattori che alimentano fragilità e isolamento. In tale contesto, si evidenzia una carenza di integrazione tra la dimensione della sostenibilità ambientale e del benessere psicofisico: molti giovani percepiscono la sostenibilità come un obbligo morale o un tema esterno, senza coglierne la connessione con la propria salute, le relazioni e l'equilibrio interiore. Manca un approccio educativo che valorizzi la sostenibilità come stile di vita fondato sulla cura di sé, dell'altro e dell'ambiente, in coerenza con le Linee guida per l'Educazione alla Cittadinanza Globale, che sottolineano il legame profondo tra benessere psicofisico e sostenibilità ambientale. V.I.S. Makers si pone **tre obiettivi specifici: Ob 1. Aumentare nei consumatori (ragazzi e adulti) la consapevolezza** del proprio potere di cambiamento per la costruzione di un futuro sostenibile; **ob.2 Aumentare la consapevolezza dei giovani circa i rischi legati a comportamenti non** sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale, come le dipendenze dal fumo, promuovendo scelte di consumo sane ed uno stile di vita etico; **ob.3. Accrescere la capacità dei beneficiari di adottare scelte di consumo sostenibili nei principali ambiti della vita quotidiana** attraverso l'attivazione di sportelli informativi e iniziative territoriali, offrendo ai cittadini strumenti pratici, consulenza e occasioni di partecipazione attiva sui temi dell'economia circolare e del benessere sostenibile.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

Bisogni 1) Necessità di connettere la sostenibilità ambientale al benessere personale: molti giovani consumatori mostrano interesse per l'ambiente ma faticano a tradurre la consapevolezza in comportamenti quotidiani sostenibili. 2) Presenza di comportamenti dannosi e dipendenze legate a stili di vita poco sani che incidono sul benessere psico-fisico e relazionale. 3) Esigenza di coinvolgere la comunità educante in modo strutturato, fornendo strumenti e conoscenze per accompagnare i ragazzi nella costruzione di una consapevolezza sui consumi e sulla sostenibilità. **Esigenze** 1) collegare le proprie scelte quotidiane ai principi della sostenibilità 2) Favorire il benessere psicofisico dei ragazzi attraverso partecipazione attiva. 3) Coinvolgere e supportare la comunità educante e tutti i consumatori con strumenti, materiali e buone pratiche per rafforzare il loro ruolo di consumatori sostenibili.

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.

Il progetto è innovativo grazie 1) all'integrazione di azioni educativo-formative con l'applicazione di teorie socio-economiche (es. *logical framework*, *peer to peer*), mirando a sensibilizzare giovani e adulti su tematiche progettuali e favorire la prevenzione in termini di salute. 2) Si prevedono sportelli e *Open Day* con consulenze personalizzate (*taylor-made*) per promuovere comportamenti sostenibili a 360°, includendo il benessere psicofisico e il rispetto ambientale. 3) Le nuove metodologie dei laboratori *esperienziali*, *giochi*, tutte attività replicabili che garantiscono la scalabilità a livello nazionale. 3) La promozione della sostenibilità (ambientale e psicofisica) avverrà principalmente tramite i ragazzi, che, con il metodo *peer to peer*, diffonderanno l'informazione per promuovere stili di vita corretti e azioni correttive con impatto sull'ambiente circostante.

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>
Consumatori adulti	10.000	Modalità di individuazione: Attraverso gli sportelli, gli open day e gli eventi organizzati sul territorio che offriranno supporto e consulenza ai cittadini sui temi del consumo consapevole, della sostenibilità e dei diritti dei consumatori nei diversi settori di servizio, e che forniranno aiuto ai cittadini e gli stakeholder del territorio che necessitano di supporto/consulenza sui temi del progetto. (WP 2- WP3-WP6).
Giovani consumatori 11-14 anni	710	Modalità di individuazione: collaborazioni con le scuole, associazioni (vedi tab.8) che collaborano con i ragazzi target di progetto, sportelli e sedi, associazioni partner. Obiettivi di miglioramento: accesso alle informazioni inerenti alla sostenibilità in termini non solo economici e ambientali ma anche sociali. Promuovere la consapevolezza del loro ruolo come giovani consumatori, come attivatori del futuro e renderli sempre più vicini alle loro emozioni per prevenire episodi di esclusione e marginalizzazione verso gli altri e l'ambiente circostante (WP4-WP5). Scalabilità su tutto il territorio data la presenza dei partner e delle sedi nazionali in 19 regioni.
Comunità educante (educatori, docenti etc.) adulti over 25 anni	150	Modalità di individuazione: collaborazioni con le scuole, collaborazioni con associazioni (vedi tab 8) che collaborano con i ragazzi target di progetto, sportelli e sedi, associazioni partner. Obiettivi di miglioramento: accesso a percorsi/corsi di aggiornamento e di consapevolezza che li aiutino nel supportare e promuovere l'educazione dei giovani e la loro conoscenza e consapevolezza durante il corso del progetto (WP3-WP4-WP5). Scalabilità su tutto il territorio data la presenza dei partner e delle sedi nazionali in 19 regioni.
Stakeholder: istituzioni, associazioni che lavorano con i due target di progetto	20	Modalità di individuazione: tramite lo studio e analisi delle esigenze del territorio (wp3) verranno informati i comuni, le associazioni, scuole oltre quelle coinvolte già nel progetto in modo tale da diffondere i risultati del progetto nel territorio nazionale. Attività di comunicazione. Gli enti riceveranno un invito diretto per le attività che li riguardano direttamente, inoltre verranno pubblicate sul sito dei partner le informazioni delle realtà che partecipano al progetto per migliorare il network sul territorio (WP6).

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).

Giovani consumatori e Consumatori in generale	11-14 anni	600.000	Modalità di individuazione: Attività di comunicazione ed informazione attraverso campagna social e strategia integrata di comunicazione, informazione e sensibilizzazione rivolta ai target differenziati — consumatori, stakeholder, cittadini e media (WP6).
---	------------	---------	--

Le attività del progetto **V.I.S. Makers** mirano a migliorare la situazione attuale attraverso un approccio integrato che combina **educazione, informazione e partecipazione attiva** dei cittadini sui temi della sostenibilità e del consumo consapevole.

Le azioni previste rispondono ai bisogni emersi dalle analisi e dalle esperienze maturate dalle associazioni promotrici in ambito di educazione al consumo, tutela dei diritti e promozione di stili di vita sani e sostenibili. Le attività sono pensate per **rafforzare la consapevolezza collettiva** rispetto al legame tra benessere individuale, salute, ambiente e responsabilità sociale. Gli **sportelli territoriali** e le **iniziative locali di sensibilizzazione** offriranno ai cittadini strumenti di orientamento e supporto pratico, mentre i **laboratori esperienziali e i percorsi educativi** nelle scuole e nelle comunità accompagneranno ragazzi e adulti in un percorso di apprendimento attivo sui temi della sostenibilità, del consumo critico e della cittadinanza responsabile.

L'approccio adottato — fondato sul coinvolgimento diretto dei target progettuali e su un approccio peer-to-peer— garantisce un impatto duraturo e replicabile, contribuendo a una trasformazione culturale diffusa e sostenibile nel tempo.

Risultati qualitativi attesi:

- Rafforzamento della capacità dei cittadini di accedere a informazioni chiare e affidabili sui temi della sostenibilità, del consumo responsabile e dei diritti dei consumatori.
- Aumento della consapevolezza e della responsabilità individuale e collettiva rispetto alle proprie scelte quotidiane di consumo e al loro impatto sociale e ambientale.
- Coinvolgimento attivo delle scuole, delle comunità educanti nella promozione di stili di vita sostenibili ed etici.
- Creazione di reti territoriali stabili di collaborazione tra associazioni, scuole, istituzioni e cittadini per la diffusione di buone pratiche e modelli educativi replicabili.

Risultati quantitativi attesi:

- Attivazione di sportelli in 20 regioni.
- Raggiungimento di 10.000 cittadini adulti in attività di consulenza, informazione e orientamento.
- Partecipazione di 710 ragazzi tra gli 11 e i 14 anni in laboratori e percorsi di educazione alla sostenibilità.
- Coinvolgimento di 200 membri della comunità educante (docenti, educatori, genitori) in percorsi di formazione e aggiornamento.
- Attivazione di 10 stakeholder istituzionali e territoriali nella costruzione di reti collaborative.
- Raggiungimento di circa 600.000 cittadini attraverso la campagna di comunicazione integrata e i canali social.

Le azioni previste dal progetto **V.I.S. Makers** presentano un elevato potenziale di **replicabilità e scalabilità** su tutto il territorio nazionale, grazie alla rete dei partner coinvolti e alla struttura modulare delle attività. La produzione di **strumenti didattici, materiali e format laboratoriali replicabili** consentirà la diffusione del modello V.I.S. presso scuole, enti del Terzo Settore e istituzioni locali, favorendo la continuità delle azioni anche oltre la durata del progetto.

La **co-creazione di contenuti con i giovani**, la **partecipazione attiva della comunità educante** e l'utilizzo di canali digitali renderanno il modello facilmente adattabile a diversi contesti formativi e territoriali, generando un **effetto moltiplicatore** in termini di coinvolgimento civico, promozione della sostenibilità e sviluppo di reti sociali solidali. Il progetto mira così a lasciare un'eredità concreta e duratura: una comunità più consapevole, informata e capace di agire in modo sostenibile per il proprio benessere e per quello collettivo anche nel futuro.

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

WP1 – Coordinamento e gestione di progetto (M1-M18):obiettivo 1-2-3: coordinare, implementare e monitorare le attività progettuali e le relazioni tra i partner e U.Di.Con. APS come capofila che offrirà supporto nel coordinamento e nella relazione con il Ministero e gli stakeholders. L'obiettivo è quello di avere una gestione efficiente, continua e solida. **1.1 Project management(M1-M18):** la gestione del progetto sarà costituita da un organo composto da un rappresentante di ogni partner al fine di coordinare al meglio le attività del progetto e la rendicontazione con a capo il Project manager di UDICON; **1.2 Monitoraggio e valutazione interna delle attività realizzate (M1-M18):** l'attività verrà portata avanti dal management del partenariato e prevede l'elaborazione di un Gantt di progetto, di un calendario delle riunioni interne e degli eventi esterni. Sono previsti incontri periodici sia in presenza sia online per garantire la massima efficacia nell'implementazione delle attività. Inoltre, sarà incaricata una società esterna con comprovata esperienza nella valutazione d'impatto, di monitorare le attività per assicurare la **valutazione di impatto** efficace ed indipendente, garantendo trasparenza, obiettività e correttezza dei risultati raggiunti dal progetto. La società lavorerà con il responsabile di UDICON e degli altri partner per la produzione della VIS. La collaborazione sarà attiva dall'inizio del progetto e sarà costante per tutta la durata fino alla fine per la produzione dei monitoraggi intermedi, finali e post progetto. **1.3 Kick off (M1-M2):** è previsto un **evento di lancio interno** dove i partner di progetto si riuniranno per condividere gli obiettivi, i risultati attesi, il piano e il calendario di lavoro. **Ambito territoriale:** nazionale **Durata:** 18 mesi **Output (prodotti):** gantt di progetto; relazioni intermedie e finale con relativa rendicontazione e VIS ad ogni SAL. **Ruolo di ciascun partner:** U.Di.Con. Nazionale coordina il progetto da capofila. Inoltre, U. Di.Con., coordina il rapporto con la società esterna per la valutazione d'impatto.

WP2- V.I.Sportelli (M1-M18): Obiettivo specifico: 3. Promuovere la conoscenza e la diffusione di comportamenti di consumo sostenibile e responsabile attraverso l'attivazione di sportelli informativi e iniziative territoriali, offrendo ai cittadini strumenti pratici, consulenza e occasioni di partecipazione attiva sui temi dell'economia circolare e del benessere sostenibile. **Task 2.1 V.I.Sportelli economia circolare e sostenibilità (M1-M18):** a partire dal primo mese di progetto, saranno attivati gli **sportelli informativi**, dedicati a fornire ai consumatori **assistenza e supporto per promuovere la conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici legati al consumo sostenibile.** Gli **esperti in economia circolare e consumi sostenibili** offriranno consulenza diretta ai cittadini, raccogliendo segnalazioni e fornendo informazioni su tematiche quali risparmio energetico, sostenibilità dei consumi, accesso a strumenti per contrastare casi di fragilità economica, informazione sui bonus inerenti la sostenibilità etc. I cittadini potranno contattare gli esperti via e-mail, via telefono (anche numero verde), chat Whatsapp o recandosi fisicamente allo sportello. Gli orari di apertura seguiranno quelli d'ufficio delle sedi di **U.Di.Con. Nazionale, Assoutenti e Cittadinanzattiva.** Gli sportelli fungeranno anche da **punti informativi** sul territorio nazionale, garantendo un contatto diretto, professionale e continuativo tra utente e operatore. Grazie a questo servizio, sarà possibile raggiungere un numero più alto di cittadini e monitorare anche la qualità del servizio di sportello. Parallelamente, sarà attivato un **call center dedicato** per ampliare la capillarità del servizio e consentire un contatto costante e diretto con un professionista anche ai consumatori impossibilitati a raggiungere fisicamente gli sportelli, assicurando così un'assistenza completa anche da remoto. Sarà inoltre rilevata una baseline ex ante tramite **una survey pre-servizio** per misurare il livello iniziale di conoscenza dei consumatori sui temi della sostenibilità, **seguita da una survey post-servizio** per valutare l'impatto e il miglioramento delle conoscenze acquisite. **Task 2.2 "V.I.S. Makers non solo giovani" (M6-M18):** Le sedi e gli sportelli coinvolti nel partenariato potranno organizzare o partecipare a eventi territoriali, fiere e iniziative pubbliche per diffondere le attività progettuali e coinvolgere attivamente i consumatori di tutte le età. Sono previsti **almeno dieci OPEN DAY** aperti a tutti i cittadini, con l'obiettivo di comunicare in modo efficace le tematiche

progettuali e rendere note le sedi disponibili alla raccolta di segnalazioni e proposte. **Ambito territoriale:** nazionale **Durata:** 18 mesi **Output (prodotti):** n. consumatori che si sono rivolti allo sportello e che hanno partecipato agli open day tramite numeri dei contatti ricavati dai gestionali delle AACCC, raccolta foto e video degli open day. Attivazione sportelli in 20 regioni; linee guida degli esperti; raggiungimento di circa 10.000 consumatori. **Ruolo di ciascun partner: U.Di.Con. responsabile** ma i partner saranno coinvolti in ogni task data la loro esperienza.

WP3 - V.I.S. strumenti per la sostenibilità (M1-M18)

Obiettivo specifico: 1-2. Definire una base metodologica comune e strumenti condivisi per garantire coerenza, qualità e sostenibilità delle azioni rivolte a giovani consumatori e comunità educante dei WP4-5. **Task 3.1 V.I.S. Esperti in azione (M1-M6):** saranno **individuati esperti tematici nei settori dei consumi, dell'ambiente e della salute psico-fisica** con il compito di analizzare il contesto iniziale nel quale le attività dei WP4 e WP5 verranno implementate. Il loro ruolo sarà quello di fornire un solido supporto teorico al progetto, garantendo **uniformità metodologica e coerenza degli obiettivi** tra le diverse esperienze locali. Gli esperti si incontreranno ad inizio progetto per definire quali siano le criticità del contesto italiano **in riferimento ai due target group: ragazzi 11-14 anni e adulti** facenti parte della comunità educante (docenti, formatori, genitori e chiunque abbia un ruolo di educatore nella vita dei ragazzi). Gli esperti produrranno **i questionari (Quanto ne sai? Task 4.1-Task 5.1)** in collaborazione anche con gli esperti della società incaricata VIS, che saranno somministrati ai ragazzi e agli adulti nei WP4 e WP5 per valutare il loro livello di conoscenza sulle tematiche **ad inizio e fine attività**. Si prevede che gli esperti, oltre al lavoro iniziale dei primi sei mesi, si incontreranno ogni semestre per valutare i risultati ottenuti e fornire un aggiornamento ai partner di progetto sull'andamento del livello di conoscenza e consapevolezza dei due target di progetto. **Task 3.2 V.(ademecum)I.S. (M6-M18):** al termine dell'attività gli esperti produrranno **un vademecum destinato sia alla comunità educante che ai ragazzi**, quale strumento di riferimento utile anche oltre la durata del progetto. Il documento raccoglierà buone pratiche, riflessioni e strumenti operativi nati dall'esperienza progettuale, resterà disponibile gratuitamente online sulla landing page dei partner, così da **garantire la sostenibilità, la replicabilità e diffusione nel tempo**. Per favorire un accesso inclusivo e multicanale, il vademecum sarà, inoltre, **trasformato in un audiolibro**, consentendo a tutti di usufruirne in modo semplice ed immediato. **Ambito territoriale:** nazionale **Durata:** 18 mesi **Output (prodotti):** questionari per i WP4-WP5, vademecum. **Ruolo di ciascun partner: U.Di.Con. responsabile** coordina l'attività nella quale tutti i partner saranno coinvolti.

WP4-V.I.S. Makers in Lab (M6-18)

Obiettivo specifico 1 Attraverso il lavoro in gruppo e un approccio partecipativo, i ragazzi potranno comprendere meglio il loro ruolo come consumatori e come attori del cambiamento per il loro futuro sui temi del riuso, riciclo e riduzione dello spreco. **Task 4.1 Quanto ne sai? (M6-M18):** Verrà somministrato ai giovani consumatori e al corpo docenti/formatori il questionario, finalizzato alla rilevazione della **baseline di conoscenza iniziale e prodotto dagli esperti (TASK 3.1)**. Il quiz è dedicato ai temi del riuso/riciclo, con l'obiettivo di valutare il livello di conoscenza e consapevolezza dei ragazzi e degli adulti target di progetto. Il quiz, anonimo e somministrato anche online per ridurre l'impatto ambientale, sarà facilmente condivisibile per raggiungere il maggior numero possibile di partecipanti e ottenere una panoramica eterogenea del grado di consapevolezza sulla tematica. Il quiz **sarà distribuito sia all'inizio che alla fine del percorso per monitorare i progressi raggiunti; Task 4.2 Formazione per insegnanti/educatori (M6-M18):** Saranno prodotti e messi a disposizione **n. 3 video formativi** disponibili in modalità asincrona, con esperti del settore relativi ai temi del riuso, riciclo e spreco alimentare. I corsi, registrati e condivisi su una piattaforma online in modo che siano reperibili durante tutto il corso del progetto e anche alla fine dello stesso, sono rivolti alla comunità educante e hanno come obiettivo quello di raggiungere il maggior numero di **formatori/educatori/insegnanti** per fornire strumenti e competenze utili alla sensibilizzazione sui temi ambientali e della sostenibilità alimentare. **Task 4.3 Laboratori di riuso e riciclo creativo "Zero Sprechi Mille Idee" (M6 - M18):** Verranno organizzati **18 laboratori** rivolti a giovani consumatori tra i 11 e 14 anni, con la partecipazione di 20/25 giovani e studenti per ciascun laboratorio. Le attività, **a carattere pratico e creativo, saranno condotte con il supporto di educatori, formatori ed esperti**, che hanno seguito la Task 4.2, e verteranno sui temi del riuso, del riciclo creativo e della sostenibilità alimentare – quest'ultima intesa come promozione di una corretta alimentazione e contrasto allo spreco di cibo. L'obiettivo principale è **stimolare la creatività, rafforzare la consapevolezza ambientale e sviluppare nei partecipanti la capacità di compiere scelte quotidiane**

più sostenibili. A titolo esemplificativo, tra le attività previste: **1. Laboratori manuali di riciclo creativo**, in cui materiali di scarto (come carta, plastica o piccoli oggetti inutilizzati) verranno trasformati in nuovi oggetti utili. Ad esempio, i vecchi rotoli di carta potranno diventare portapenne o altri accessori, dando nuova vita a materiali altrimenti destinati al rifiuto. **2. Il laboratorio "Re-Fashion"**, dedicato alla moda sostenibile, prevede la trasformazione di vecchi abiti o accessori usati in nuovi capi o oggetti di uso quotidiano, come una borsa o uno zaino realizzati a partire da un paio di jeans dismessi. L'obiettivo è **promuovere la cultura del riuso e la riduzione degli scarti tessili**. Parallelamente, saranno proposte **anche attività ludiche e cooperative per promuovere una dieta sana ed equilibrata**, contribuendo alla diffusione di una cultura alimentare consapevole e alla riduzione dello spreco alimentare. Durante tutto il periodo di attuazione del WP, verranno organizzate gare e competizioni tra gruppi di giovani e studenti, con premi dedicati a chi produce la minore quantità di rifiuti e propone le idee di riuso più originali e sostenibili, sia in ambito oggettistico che alimentare. **I laboratori saranno strutturati secondo un approccio integrato che combina esperienza diretta, apprendimento cooperativo e attività ludiche, valorizzando il protagonismo dei ragazzi e l'importanza educativa del "fare"**. Attraverso queste attività, i partecipanti acquisiranno maggiore consapevolezza sul fatto che ogni scelta quotidiana – dal riutilizzo di un oggetto alla selezione del cibo da consumare – può contribuire concretamente alla riduzione degli sprechi e alla tutela dell'ambiente. **Task 4.4 V.I.S. makers Creativi (M12-M18): i ragazzi** che hanno partecipato alle attività laboratoriali prima descritte produrranno **output creativi** (esempio una poesia, quadro, canzone, fotografia, ecc.) come risultato di una riflessione consapevole rispetto a quanto vissuto nel corso delle attività. **Ambito territoriale: Genova; Roma; Portici; Bologna; Messina; Anzio (Roma), Lecce, Modena, Cerignola (FG), Cagliari, Torino, Perugia, Spoleto, Lucca. Durata: 12 mesi Output (prodotti):** lista partecipanti, foto e video, prodotti creati dai ragazzi con oggetti riutilizzati; prodotti creativi, es.: foto, quadri, canzoni, poesie, testi. **Ruolo di ciascun partner: Assoutenti coordinerà l'intera attività**, garantendo la coerenza con le finalità del progetto, la partecipazione inclusiva di studenti e scuole e la raccolta dei risultati. Verranno realizzati laboratori pratici sul tema del riuso e del riciclo creativo, per sensibilizzare i ragazzi sull'importanza del riuso dei materiali e della riduzione dei rifiuti, e attività ludiche dedicate ad un'educazione alimentare sana e sostenibile. Anche i partner realizzeranno parte delle attività laboratoriali, adattandole ai contesti territoriali di riferimento, coinvolgendo scuole e comunità locali. Le collaborazioni menzionate nella tabella 8, garantiranno la possibilità di implementare le attività anche in altri territori.

WP5- Atelier del benessere (M6-M18) Obiettivo specifico 2. Attraverso metodologie interattive, gli studenti saranno sensibilizzati su come prevenire, riconoscere e affrontare fenomeni dannosi come ad esempio dipendenze da fumo e cattive abitudini alimentari, e imparare a riconoscere e gestire situazioni di disagio. Saranno previste attività rivolte direttamente ai giovani consumatori ma anche uno specifico percorso per i docenti per conferire loro strumenti adeguati per imparare a riconoscere già dalle prime manifestazioni situazioni di disagio e di rischio. **Task 5.1 Quanto ne sai? (M6-M18):** Verrà somministrato ai ragazzi e al corpo docenti/formatori il **questionario**, finalizzato alla rilevazione della **baseline di conoscenza iniziale e prodotto dagli esperti (TASK 3.1)**. Il questionario andrà ad indagare il livello di conoscenza da parte dei ragazzi e degli adulti coinvolti circa dipendenze, abitudini e comportamenti inerenti la salute psico-fisica. Il quiz sarà anonimo e somministrato online in modo che sarà facilmente condivisibile per raggiungere il maggior numero possibile di partecipanti e ottenere una panoramica eterogenea del grado di consapevolezza sulla tematica. Il quiz sarà distribuito sia all'inizio che alla fine del percorso per monitorare i progressi raggiunti. **Task 5.2. Formazione per insegnanti/educatori(M6-M18)** Sarà organizzato un ciclo di webinar live, di cui è prevista anche la registrazione, con esperti rivolti ai docenti/educatori coinvolti con l'obiettivo di sensibilizzare sulle problematiche vissute in generale dai ragazzi e per fornire loro strumenti per intercettare i segnali di disagio. Si prevede di coinvolgere almeno 100 insegnanti **Task 5.3 Laboratori del benessere (M6-M18):** verranno implementati **20 laboratori** con i giovani consumatori con il supporto di educatori ed esperti, che hanno seguito la Task 5.2, dedicati al tema del benessere dell'individuo in relazione con il suo ambiente. A titolo di esempio, potranno essere realizzate attività come: **"Laboratorio di Breathwork"**, esercizi di respirazione e rilassamento durante ed. fisica per imparare a gestire l'ansia e la relazione con l'altro; **"Circle time"** guidati da educatori e psicologi, per creare spazi sicuri di espressione; **"Lo specchio delle parole"** i partecipanti sperimenteranno come linguaggio, battute e stereotipi possano ferire o includere, sviluppando competenze relazionali e comunicative basate sul rispetto reciproco; **"diario del benessere"** settimanale: sonno, alimentazione, attività fisica, uso dei social, ecc. **Task 5.4**

V.I.S. makers Creativi (M12-M18): i ragazzi che hanno partecipato alle attività laboratoriali prima descritte produrranno output creativi (esempio una poesia, quadro, canzone, fotografia, ecc.) come risultato di una riflessione consapevole rispetto a quanto vissuto nel corso delle attività. **Ambito territoriale: Cagliari, Cerignola e Lecce, Torino, Brescia e Anzio (Roma), Bari, Salerno, Catania, Campobasso, Treviso. Durata:** 12 mesi **Output(prodotti):** lista partecipanti, output creativi dei ragazzi **Ruolo di ciascun partner: Cittadinanzattiva sarà responsabile del WP** coordinando gli altri partner che parteciperanno alle attività. Le collaborazioni menzionate nella tabella 8, garantiranno la possibilità di implementare le attività anche in altri territori.

WP6- Comunicazione (M1-M18)

Obiettivo specifici 1-2-3 per fornire una comunicazione volta a promuovere presso i target individuati l'adozione di modelli di benessere integrato che valorizzino salute, educazione, ambiente e partecipazione sociale. Attraverso **metodo peer to peer, campagne informative, social e materiale cartaceo** la comunicazione sarà semplice, chiara e inclusiva, prevedendo una comunicazione che includa i giovani in modo attivo, rendendoli partecipi dei contenuti e delle azioni stesse. **Task 6.1 Piano di comunicazione:** entro i primi due mesi di progetto verrà prodotto un piano di comunicazione condiviso tra i partner con una calendarizzazione dei comunicati stampa (inizio e fine progetto), delle attività, post e articoli etc. Attraverso la comunicazione saranno realizzati: **un logo identificativo del progetto**, hashtag comuni per le **campagne social, una landing page** dedicata al progetto sui siti associativi nella quale sarà possibile consultare i materiali informativi digitali, gli eventi e tutto l'elenco di servizi, per i quali sarà fornita la dovuta assistenza per accedervi. **Task 6.2 Campagna informativa social:** sarà finalizzata a diffondere i contenuti e i risultati del progetto attraverso una strategia multicanale che unisce strumenti digitali e materiali cartacei. Verranno pubblicati comunicati **stampa (n. 2) e contenuti social (almeno 10 post)** sui principali canali associativi — Instagram, Facebook, TikTok e LinkedIn — con l'obiettivo di raggiungere un pubblico ampio e diversificato, con particolare attenzione ai giovani. Saranno realizzati **12 Reels co-creati con i ragazzi**, per raccontare in modo diretto ai loro coetanei e autentico le tematiche progettuali. È inoltre prevista la produzione di una **mini serie podcast (3 episodi) con conversazioni tra ragazzi ed esperti**, per stimolare il dialogo intergenerazionale e promuovere la riflessione su sostenibilità e benessere. A supporto della campagna verranno prodotti 1 poster informativo destinato ai ragazzi, 1 brochure informativa per la distribuzione durante gli eventi e **1 video-intervista che coinvolgerà un influencer o micro-creator giovane legato ai temi green.** n.8 articoli sulla newsletter Assoutenti news diretta a circa 17.000 contatti e una rubrica sulla landing page di Assoutenti dedicata al 'Riuso'. **Task 6.3 Evento finale (M15-M18):** verrà organizzato **un evento finale in modalità ibrida**, dove potranno essere condivisi i risultati progettuali con i partner, stakeholders e beneficiari direttamente e indirettamente coinvolti nelle attività. **L'evento si terrà a Roma** e sarà possibile far partecipare anche i giovani consumatori che hanno svolto le attività sul territorio nazionale, attraverso un collegamento online all'evento o in presenza. Durante l'evento sarà organizzato uno spazio dedicato all'esposizione dei prodotti creativi (quadri, poesie, oggetti, foto etc) **che sono stati elaborati dai ragazzi nelle attività del WP4 e WP5. Ambito territoriale:** nazionale **Durata:** 18 mesi **Output(prodotti):** 2 comunicati stampa, 10 post social; 12 Reels; 1 mini serie podcast; 6 newsletter; 8 articoli; Rubrica "Riuso"; roll up; una video intervista; poster informativo e brochure, video evento finale; **Ruolo dei partner:** U.Di.Con. Nazionale coordinerà la comunicazione che sarà condivisa con i partner durante le riunioni periodiche e i quali saranno responsabili della diffusione della stessa. Tutte le associazioni hanno una comprovata esperienza nella gestione di campagne di comunicazione a carattere nazionale e hanno rapporti con tutte le principali testate nazionali e riviste di settore. Anche le collaborazioni menzionate nella tabella 8, aiuteranno nella diffusione del progetto.

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
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
6																		

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" "Progettazione"	U. Di.Con. APS	A	dipendent e t.ind.	2.000€ Macrovoce "A"
2	1	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione"	U. Di.Con. APS	A	dipendent e t.ind.	24.000€ Macrovoce "B"
3	1	"C" "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"	U. Di.Con. APS	A	dipendent e t.det.	13.000€ Macrovoce "C"
4	3	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	U. Di.Con. APS	A	dipendent e t.ind.	85.000€ Macrovoce D
5	4	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	U. Di.Con. APS	A	collaborat ore esterno	40.000€ Macrovoce 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".

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.

6	1	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	U. Di.Con. Lazio	A	dipendent e t.ind.	10.000€ Macrovoce "D"
7	1	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	U. Di.Con. Campania	B	dipendent e t.ind.	5.000€ Macrovoce "D"
8	1	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	U. Di.Con. Emilia Romagna	A	dipendent e t.ind.	10.000€ Macrovoce "D"
9	1	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	U. Di.Con. Puglia	B	dipendent e t.ind.	5.000€ Macrovoce "D"
10	1	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	U. Di.Con. Lombardia	A	dipendent e t.ind.	5.000€ Macrovoce "D"
11	1	"A" "Progettazione"	Assoutenti APS	A	dipendent e t.ind.	1.493€ Macrovoce "A"
12	2	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione"	Assoutenti APS	A	dipendent e t.ind.+ consulente	20.000€ Macrovoce "B"
13	1	"C" "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"	Assoutenti APS	B	dipendent e t.ind.	8.000€ Macrovoce "C"
14	4	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	Assoutenti APS	A	2 dipendent e t.ind.+ n. 2 consulenti	50.500€ Macrovoce "D"
15	1	"A" "Progettazione"	Cittadinanzattiva APS	A	dipendent e t. ind.	3.748€ Macrovoce "A"
16	2	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione"	Cittadinanzattiva APS	A	dipendent e tempo ind.	31.000€ Macrovoce "B"

17	1	"C" <i>"attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"</i>	Cittadinanzattiva APS	B	dipendent e tempo ind.	20.000€ Macrovoce "C"
18	5	<i>D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".</i>	Cittadinanzattiva APS	A e B	dip. temp. ind.	75.585,33€ Macrovoce D
19	7	<i>D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".</i>	Cittadinanzattiva APS	B	collaborat ore esterno	10.000€ Macrovoce D
20	3	<i>D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".</i>	Cittadinanzattiva Puglia APS	B	collaborat ore esterno	10.000€ Macrovoce D
21	3	<i>D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".</i>	Cittadinanzattiva Sardegna ODV-ETS	B	collaborat ore esterno	10.000€ Macrovoce D
22	3	<i>D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".</i>	Cittadinanzattiva Regione Piemonte APS	B	collaborat ore esterno	10.000€ Macrovoce D
23	1	"A" <i>"Progettazione"</i>	AICS	A	1 dip t.ind.	750€ Macrovoce "A"
24	1	<i>B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione"</i>	AICS	A	1 dip. t.ind.	2.000€ Macrovoce "B"
25	1	"C" <i>"attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"</i>	AICS	B	dip.t.ind.	2.000€ Macrovoce "C"
26	2	<i>"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti"</i>	AICS	A	1 dip t.ind. 1 consulente	23.495€ Macrovoce "D"
27	1	"A" <i>"Progettazione"</i>	Assoutenti Liguria odv	A	dip t.ind.	500€ Macrovoce "A"

28	1	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione"	Assoutenti Liguria odv	A	1 dip. t.ind.	4.000€ Macrovoce "B"
29	1	"C" "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"	Assoutenti Liguria odv	B	1 dip. t.ind..	4.000€ Macrovoce C"
30	3	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti"	Assoutenti Liguria odv	A	1 dip e 2 consulenti	15.000€ Macrovoce "D"
31	1	"A" "Progettazione"	Assoutenti Campania APS	A	dip. t.ind.	500€ Macrovoce "A"
32	1	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione"	Assoutenti Campania APS	A	collaborat ore	4.000€ Macrovoce "B"
33	1	"C" "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"	Assoutenti Campania APS	B	collaborat ore	4.000€ Macrovoce C"
34	2	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti"	Assoutenti Campania APS	A	dip. t.ind. e consulente	15.000 Macrovoce "D"
35	1	"A" "Progettazione"	Assoutenti Lazio Aps	A	collaborat ore	500€ Macrovoce "A"
36	1	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione"	Assoutenti Lazio Aps	A	collaborat ore	1.500€ Macrovoce "B"
37	1	"C" "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"	Assoutenti Lazio Aps	B	collaborat ore	3.000€ Macrovoce "C"
38	2	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti"	Assoutenti Lazio Aps	A	collaborat ore e consulente	17.000€ Macrovoce "D"

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	"C" per "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"	Assoutenti APS	2.000€
2	1	"C" per "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"	Assoutenti Lazio APS	1.000€
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 5 dell'Avviso.

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1	A.S.D. Eracle	supporto implementazione attività -WP4-WP5
2	Istituto Comprensivo Lazio III	supporto implementazione attività -WP4-WP5
3	Officina del riuso APS	supporto implementazione attività -WP4-WP5
4	Cittadinanzattiva Regione Veneto APS	supporto implementazione attività -WP2-WP5
5	Cittadinanzattiva Toscana APS	supporto implementazione attività WP4
6	Cittadinanzattiva Molise APS	supporto implementazione attività WP5
7	Cittadinanzattiva Emilia Romagna APS	supporto implementazione attività -WP4-WP2
8	Cittadinanzattiva Umbria APS	supporto implementazione attività -WP4-WP2
9	Procura Generalizia Istituto Soc.Maria	supporto implementazione attività -WP4-WP2

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".

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 2/2025.

WP1: COORDINAMENTO E GESTIONE DI PROGETTO

Una società esterna, con comprovata esperienza nella valutazione d'impatto, si occuperà della valutazione di impatto sociale data la sua esperienza comprovata nell'attività affidata. La società sarà incaricata delle fasi di monitoraggio, affiancando il capofila di progetto per la valutazione degli output, dei risultati e degli impatti ottenuti ad ogni SAL progettuale. Il lavoro sarà a garanzia della trasparenza delle operazioni progettuali.

WP6: EVENTO FINALE

L'evento finale sarà coordinato da U.Di.Con. nazionale che si avvale del supporto di **TUTTAITALIAWEB SRL** per l'organizzazione che include affitto sala, service audio video, catering, materiali cancelleria per partecipanti, accoglienza partecipanti. L'azienda si occupa di fornire servizi ad associazioni, enti no profit con comprovata esperienza sin dal 2016 nell'organizzazione di attività di disseminazione, comunicazione e promozione.

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
<p>O1. Aumentare nei consumatori la consapevolezza del proprio potere di cambiamento per la costruzione di un futuro sostenibile.</p> <p>R1. Promuovere la consapevolezza circa l'importanza di effettuare scelte responsabili e sostenibili di consumo</p>	<p>Task 4.4 Laboratori di riuso e riciclo creativo "Zero Sprechi Mille Idee"</p> <p>Task 4.5 V.I.S. Creativi makers</p>	<p>R1.2 - N. giovani coinvolti negli eventi e progetti laboratoriali</p> <p>R1. 3 - N. Eventi e progetti laboratoriali</p> <p>R1.4 - N. elaborati creativi prodotti</p> <p>Report</p> <p>Questionari</p>
<p>O1. Aumentare nei consumatori la consapevolezza del proprio potere di cambiamento per la costruzione di un futuro sostenibile.</p> <p>R1. Promuovere la consapevolezza circa l'importanza di effettuare scelte responsabili e sostenibili di consumo</p>	<p>Task 4.3 Formazione per insegnanti/educatori</p>	<p>R 1.1 N. docenti che completano i webinar</p> <p>Report</p> <p>Questionari</p>
<p>ob.2 Aumento della consapevolezza dei giovani circa i rischi legati a comportamenti non sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale, come le dipendenze dal fumo, promuovendo scelte di consumo sane ed uno stile di vita etico.</p> <p>Risultati 2 Promozione della consapevolezza dei giovani circa i rischi legati a comportamenti non sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale</p>	<p>Task 5.3 Laboratori del benessere</p> <p>Task 5.4 V.I.S. Creativi makers</p>	<p>R2.2 - N. di giovani coinvolti negli eventi e progetti laboratoriali</p> <p>R2.3 . N. eventi e progetti laboratoriali</p> <p>R2.4 - N. elaborati creativi prodotti</p> <p>Report</p> <p>Questionari</p>
<p>ob.2 Aumento della consapevolezza dei giovani circa i rischi legati a comportamenti non sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale, come le dipendenze dal fumo, promuovendo scelte di consumo sane ed uno stile di vita etico.</p>	<p>Task 5.3 Formazione per insegnanti/educatori</p>	<p>R 2.1 N. docenti che completano i webinar</p> <p>Report</p> <p>Questionari</p>

Risultati 2 Promozione della consapevolezza dei giovani circa i rischi legati a comportamenti non sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale		
Ob3. Accrescere la capacità dei beneficiari di adottare scelte di consumo sostenibili nei principali ambiti della vita quotidiana	Task 3.2 V.(ademecum)I.S.	R3.3 - n. Vademecum sul consumo sostenibile pubblicato online R3.4 - n. Download
	Task 2.1 - V.I.Sportelli Task 2.2 - "V.I.S. Makers non solo giovani"	R3.1 - n. cittadini che hanno ricevuto supporto dal servizio di consulenza e sportello R3.2.- n. eventi / incontri formativi realizzati R3.3 - n. Vademecum sul consumo sostenibile pubblicato online Report (da gestionali, da attività, Lista partecipanti) Questionari
Risultati.3 Promozione della conoscenza dei concetti di consumo sostenibile e responsabile e della capacità dei consumatori di effettuare scelte d 'acquisto informate, vantaggiose ed etiche.		

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
---------------------------	---	------------------	---

materiali informativi digitali e/o cartacei, campagna social,	piattaforme social, landing page	<ul style="list-style-type: none"> - 600.000 tra landing page e sui social network Facebook, Linkedin, Instagram, TikTok dei partner di progetto sulle attività;6 newsletter; - 10 post social; - 12 reels; - Rubrica Riuso; - 8 articoli; - un video intervista con influencer; 	Numero di accessi unici e download dei materiali; like, visualizzazioni, interazioni,
stampa materiale comunicazione	brochure, poster, roll up	<ul style="list-style-type: none"> - 3 roll up stampati (uno per sede nazionale che sarà poi condiviso con le altre) - n.30.000 stampe brochure - 15 poster (uno per partner) 	numero copie distribuite ai partner e sedi
evento finale	newsletter, post social, inviti	<ul style="list-style-type: none"> - circa 100 cittadini tra presenza e online 	lista partecipanti, foto, video.

Allegati: n°9. *relativi alle collaborazioni (punto 8).*