

AVVISO N. 2/2023

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 2023.

MODELLO D

SCHEDA DELLA PROPOSTA (INIZIATIVA O PROGETTO)

1a.- Titolo

IN Sinergia - Percorsi multigenerazionali e multistakeholders per lo sviluppo INclusivo e Sostenibile del Paese

1b - Durata

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

15 mesi

2 - Obiettivi generali, aree prioritarie di intervento e linee di attività *(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] 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 intervento²

[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 2023 devono concorrere al raggiungimento degli obiettivi generali, così come prescritto nel paragrafo 2 dell'Avviso n. 2/2023. Gli obiettivi indicati dall'atto di indirizzo, D.M. 101 del 20.07.2023, sono integralmente riportati nell'allegato 1 dell'avviso 2/2023.

² Sono integralmente riportate nell'allegato 1 dell'avviso 2/2023.

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 2/2023.

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.

3.2. Idea a fondamento della proposta

La transizione verso l’economia verde e circolare richiede la partecipazione attiva e consapevole di tutti i cittadini. Oltre alla questione etica, di primaria importanza, si pone infatti una questione di efficacia: se non è praticabile per molti, una soluzione non funziona. Avvicinare la popolazione italiana al tema della sostenibilità, coinvolgendo giovani e anziani, due gruppi che a causa di scarsa disponibilità economica (soprattutto per i giovani), accesso ridotto a servizi digitali innovativi e sostenibili (soprattutto nel caso degli anziani) e isolamento sociale (una piaga che, anche nel periodo post covid continua a colpire) vengono spesso esclusi dall’adozione di pratiche, forme di consumo e stili di vita innovativi, sostenibili e partecipativi. Si rischia che la sostenibilità sia appannaggio delle classi sociali elevate e che alcuni consumi diventino addirittura uno status-symbol.

Attraverso un approccio di collaborazione con altre organizzazioni della società civile, si attiverà un percorso di accompagnamento alla sostenibilità inclusivo e multisettoriale; saranno inoltre coinvolte alcune importanti aziende del Made in Italy interessate a promuovere un’economia sostenibile e realizzare un patto che leghi produttori e consumatori verso scelte più consapevoli, con risvolti sul benessere dei cittadini, dell’ambiente e dell’economia italiana in generale.

3.3. Descrizione del contesto

Nonostante l’Italia e il mondo intero si stiano impegnando per il passaggio ad un modello di sviluppo sostenibile ed inclusivo, che permetta di raggiungere gli obiettivi previsti per l’agenda 2030, ancora oggi risulta particolarmente difficile riuscire ad instaurare un sistema di sostenibilità alla portata di tutta la popolazione. Oltre alle disparità economiche che rappresentano, in gran parte, la principale barriera all’accesso di beni e servizi sostenibili, si aggiungono altri ostacoli di carattere informativo e tecnologico. Il problema principale è proprio la convinzione che la sostenibilità sia qualcosa per pochi, quando è il concetto di sostenibilità stesso a dirci che essa crea valore per tutti. In questo periodo dominato dagli scenari di conflitto internazionale, dalla crisi climatica, dalla scarsa coesione sociale e dalle diffuse incertezze del sistema economico-finanziario, l’unica certezza è che la sostenibilità può e deve essere il motore trainante dello sviluppo equo e pacifico per tutta l’umanità.

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, ban delle caldaie a gas, 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 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:

La metodologia di intervento è innovativa e basa alcune attività educative su forme di trasmissione del sapere del tipo peer learning intergenerazionale; inoltre, la partecipazione delle imprese presenti sul territorio con le modalità descritte è molto originale e capace di suscitare curiosità, partecipazione e persino attenzione mediatica. Alcune attività pilota (i villaggi-satellite in tre regioni, l'app di Adiconsum Verona per avvicinare domanda e offerta di beni sostenibili a livello locale) offriranno un primo feedback che permetterà, in futuro, di fornire input utili alla replicazione dell'iniziativa in altri contesti territoriali. Inoltre, il progetto prevede la collaborazione attiva tra le realtà territoriali di Adiconsum, Anteas, Movimento consumatori, NeXt - nuova economia rafforzando i rapporti tra gli enti e creando spazio per nuove collaborazioni e servizi a livello locale.

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) <u>Obiettivo specifico:</u> Sensibilizzare i giovani alla sostenibilità integrale attraverso iniziative locali nelle scuole/università/centri di aggregazione giovanili, attraverso un approccio partecipativo ed esperienziale e una metodologia di peer learning/diffusione a cascata delle buone pratiche.	2.500 (direttamente e coinvolti) 15.000 (indirettamente coinvolti)	I partner di progetto collaborano stabilmente con numerose scuole /Università/Centri di aggregazione giovanili che saranno contattate/i e coinvolte/i in incontri di formazione/sensibilizzazione, offerti in forma totalmente gratuita e flessibile alle diverse esigenze presentate dai relativi interlocutori (DS, Professori, Responsabili), che potranno candidarsi scegliendo il percorso e indicando il docente/referente e il numero di giovani/studenti (classi) che vorranno coinvolgere. Relativamente alle scuole, sarà valutata l'eventuale coerenza e complementarietà dei contenuti proposti dal progetto con i percorsi curricolari ed extracurricolari inclusi nel PTOF corrente. 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 a cascata delle buone pratiche relative all'iniziativa che coinvolgeranno, indirettamente, tutti gli studenti e i giovani che frequentano la scuola o il luogo di aggregazione.
Anziani (over 65) <u>Obiettivo specifico:</u> Sensibilizzare la popolazione anziana sui vantaggi della sostenibilità, contrastando l'isolamento sociale e promuovendo uno stile di vita più sostenibile.	1.000 (direttamente e coinvolti) 1.500.000 (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 che hanno strutture presenti capillarmente su tutto il territorio nazionale. I partecipanti saranno anche reclutati e supportati attraverso le attività progettuali (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 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

⁴ Specificare tipologia, numero e fascia anagrafica, nonché modalità per la loro individuazione. Indicare le ragioni per le quali le attività previste dovrebbero migliorare 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).

		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 coinvolti nel progetto, al fine di promuovere uno scambio di conoscenze cross generazionale.
Pubblico dei consumatori (6-99 anni) <u>Obiettivo specifico:</u> 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 e coinvolti) 3 milioni (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 <u>Obiettivo specifico:</u> Coinvolgere aziende e consumatori per un impegno comune verso una produzione ed un consumo più sostenibili e inclusivi.	500 Piccole Medie 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.

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 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**, attraverso l'attività quotidiana di ricevimento dei consumatori ed eventi dedicati del progetto (incontri nelle scuole e con gli anziani). L'attività di formazione li metterà in grado di presentare a studenti e anziani specifici percorsi educativi su diversi aspetti del consumo sostenibile. Tra questi, sono prioritari ad esempio, **un percorso sull'alimentazione sostenibile**, che focalizza le filiere alimentari, evidenziando problematiche e soluzioni innovative alle sfide ambientali e sociali del settore, nonché illustrando strumenti e buone pratiche per produrre effetti positivi anche attraverso le scelte di acquisto consapevoli; **un percorso sulla Sostenibilità Smart** che si concentrerà sulla possibilità di promuovere ed accelerare la transizione verde, grazie all'avvento di quella digitale, evidenziando criticità e possibili soluzioni; i concetti di smart cities e Internet of things, i vantaggi in termini di sostenibilità ma anche le emissioni di CO2 legate ai sistemi informatici dei big data; le buone pratiche che uniscono digitalizzazione e tutela dell'ambiente; il tema della smart mobility e le diverse opzioni "green" disponibili, con vantaggi e svantaggi, incentivi, tecnologie presenti sul mercato e quelle in arrivo, tecnologie più adatte ai vari profili di utenza; possibili utilizzi della tecnologia V2G; future necessità energetiche.

Partner coinvolti e ruolo: Adiconsum Nazionale (organizzazione corso online, struttura contenuti, individuazione docenti, coinvolgimento degli operatori a livello nazionale 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), Anteas Nazionale (supporto alla definizione dei contenuti e struttura corso online e formatore), Movimento Consumatori nazionale (supporto alla definizione dei contenuti e struttura corso online e formatore), Adiconsum Lombardia, Veneto e Marche, Movimento Consumatori Ravenna, Tutelattiva APS, Anteas Lazio e Lombardia (individuazione 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 partners con grande esperienza nell'organizzare eventi di formazione ed educazione, in modo da ottimizzare le tempistiche 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 educativa nelle scuole/Università/Centri di aggregazione (20 regioni) **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 50 appuntamenti territoriali dal vivo 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, MC, Tutelattiva, Next - Nuova Economia). Attraverso una metodologia a cascata gli studenti, in accordo con Professori e Dirigente scolastico /referente, potranno decidere quale percorso formativo intraprendere fra le tematiche proposte.

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 2024": 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 (reclutamento n. 5 istituti e contatto con scuole/Centri di aggregazione e organizzazione degli incontri, realizzazione materiali), 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"), Adiconsum Lombardia, Adiconsum Veneto, Adiconsum Marche, Movimento Consumatori Ravenna, Tutelattiva APS (reclutamento e contatto di un totale di n. 25 scuole/Centri di aggregazione e organizzazione degli incontri).

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. In particolare Adiconsum è stata tra le prime associazioni dei consumatori ad adottare una Children Protection Policy che garantisce i più alti standard di formazione e sicurezza durante gli eventi rivolti agli studenti, promuovendo inclusività e partecipazione attiva. 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. Incontri di prossimità 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 eventi ad hoc in centri di aggregazione, 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 incontri da realizzare, mappatura e monitoraggio della fase di implementazione, realizzazione materiali formativi), Adiconsum Lombardia, Adiconsum Veneto, Adiconsum Marche, Anteas Lazio, Anteas Lombardia, MC Ravenna, Tutelattiva APS (ricognizione e contatto di un totale di n. 30 luoghi di aggregazione di anziani e organizzazione degli incontri), Anteas nazionale (supporto alla realizzazione dei materiali formativi per gli over 65, coordinamento delle sedi locali per l'organizzazione degli incontri a copertura di tutte le regioni italiane, coinvolgimento del target dei destinatari per la partecipazione agli incontri).

Esperienza maturata: Anteas, Adiconsum e le articolazioni regionali Adiconsum, Movimento consumatori e Tutelattiva APS 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 Anteas 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: 3 regioni) (Obiettivo SGD: n. 1, n. 12) - L'obiettivo specifico della presente attività è quello di promuovere il consumo sostenibile attraverso l'incontro tra consumatori e produttori, favorendo da un

lato le scelte imprenditoriali che producono benefici per i consumatori e soprattutto per le fasce della popolazione più fragili, come anziani e giovanissimi, dall'altro facilitando il dialogo e la collaborazione concreta tra domanda e offerta, favorendo la trasparenza e l'informazione aggiuntiva rispetto agli obblighi di legge, da parte delle imprese, e valorizzando le produzioni sostenibili sul mercato. L'attività trae spunto da una buona prassi implementata nel territorio di Verona che ha previsto 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. Partendo dai risultati e dall'esperienza fatta e potendo beneficiare dell'expertise acquisita nell'iniziativa summenzionata, nell'ambito del

presente progetto si realizza un intervento simile e più esteso in un'area del territorio marchigiano e lombardo, con opportuni adattamenti alle peculiarità del contesto locale. L'attività coinvolgerà quindi 3 regioni (Veneto - città e provincia di Verona come buona prassi esemplare e trainante; Marche; Lombardia), grazie al coinvolgimento, come parte del consorzio, delle relative strutture regionali di Adiconsum. E' stata individuata un'area geografica specifica di lavoro nelle Marche (provincia di Ancona) e in Lombardia (provincia di Milano) e di un'ulteriore estensione in Veneto, (oltre la provincia di Verona) dove, partendo dai contatti, dalle conoscenze approfondite del contesto locale e dalle buone prassi presenti, sarà realizzata una mappatura delle imprese locali virtuose in termini di sostenibilità integrale, integrando la banca dati già a disposizione nel territorio veneto. Inoltre, la vetrina virtuale di Verona diventerà multiregionale, ospitando anche le informazioni dei produttori locali degli ulteriori territori individuati in Lombardia e nelle Marche e sarà sviluppato uno strumento utile ai consumatori (app) che permetterà di connettere più agevolmente la domanda e l'offerta di prodotti sostenibili.

A supporto, sono previsti 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 (Rappresentanza consumatori), Next nuova Economia (coinvolgimento e contatto con aziende sostenibili, realizzazione di 3 seminari alle CCIAA e organizzazioni d'impresa, realizzazione di 3 workshop per le aziende), Adiconsum Lombardia (mappatura e coinvolgimento aziende sostenibili in un'area del proprio territorio, supporto alle attività seminariali e di workshop), Adiconsum Marche (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, implementazione app di mappatura delle aziende sostenibili, supporto agli eventi dal vivo in Veneto, organizzazione incontri formativi per avvio progetto pilota nelle Marche e in Lombardia)

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 valorizzare 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 indirizzare alle strutture ed enti pubblici di competenza.

Partner coinvolti e ruolo: Adiconsum Regionale Marche, Adiconsum Regionale Lombardia, Adiconsum Regionale Veneto (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), le Movimento Consumatori Ravenna e Tutelattiva APS (help desk dedicato alle tematiche legate al consumo responsabile e sostenibile), 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).

Esperienza maturata: L'attività di sportello di assistenza rientra tra le attività principali delle associazioni dei consumatori coinvolte; inoltre si segnala che le articolazioni regionali Adiconsum hanno già ospitato in passato con grande successo degli sportelli tematici all'interno della propria organizzazione per "Dico Sì", un

1. Formazione dei responsabili territoriali																				
2. Attività educativa dei giovani (11 - 35 anni)																				
3. Attività di sensibilizzazione di prossimità con gli anziani																				
4. Il Patto Aziende & Consumatori - "La Scelta Consapevole"																				
5. Help Desk/Servizio di supporto e accompagnamento per un consumo sostenibile																				
6. Il Villaggio della Sostenibilità																				
7. Campagna mediatica e social per avvicinare le persone alla sostenibilità																				

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	A	Dipendente a t/i	5100
2	1	A	ADICONSUM	A	Dipendente a t/i	2200
3	1	A	ADICONSUM	A	Dipendente a t/i	3300
4	1	B	ADICONSUM	A	Dipendente a t/i	26400

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.

5	1	B	ADICONSUM	A	Dipendente a t/i	16000
6	1	B	ADICONSUM	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	5000
7	1	B	ADICONSUM	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	5000
8	1	C	ADICONSUM	A	Dipendente a t/i	30800
9	1	D	ADICONSUM	A	Collaboratori con contratti occasionali	5000
10	1	D	ADICONSUM	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	6000
11	1	D	ADICONSUM	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	10000
12	1	D	ADICONSUM	A	Dipendente a t/i	22100
13	1	D	ADICONSUM	A	Dipendente a t/i	22000
14	1	D	ADICONSUM	A	Dipendente a t/i	18500
15	1	B	Next Economia	A	Dipendente a t/i	7000
16	1	B	Next Economia	B	Collaboratore Esterno con contratti professionali	4000
17	1	C	Next Economia	A	Dipendente a t/i	10000
18	1	D	Next Economia	A	Dipendente a t/i	14000
19	1	D	Next Economia	A	Dipendente a t/i	12000
20	1	D	Next Economia	B	Dipendente a t/i	10500

21	1	D	Next Economia	A	Dipendente a t/i	10500
22	1	D	Next Economia	A	Dipendente a t/i	12000
23	1	D	Next Economia	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	6000
24	1	B	Movimento Consumatori APS	A	Dipendente a t/i	12000
25	1	C	Movimento Consumatori APS	A	Dipendente a t/i	8000
26	1	D	Movimento Consumatori APS	A	Collaboratori con contratti occasionali	15000
27	1	D	Movimento Consumatori APS	A	Dipendente a t/i	11700
28	1	D	Movimento Consumatori APS	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	4000
29	1	D	Movimento Consumatori APS	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	1200
30	1	D	Movimento Consumatori APS	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	1000
31	1	D	Movimento Consumatori Ravenna APS	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	3500
32	1	D	Movimento Consumatori Ravenna APS	A	Collaboratori con contratti occasionali	3500
33	1	D	Tutelattiva APS	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	3500
34	1	D	Tutelattiva APS	A	Collaboratori con contratti occasionali	3500

35	1	B	Adiconsum Marche APS	A	Dipendente a t/i	3600
36	1	C	Adiconsum Marche APS	A	Dipendente a t/i	4000
37	1	D	Adiconsum Marche APS	A	Dipendente a t/i	21136
38	1	B	Adiconsum Veneto APS	A	Dipendente a t/d	5250
39	1	D	Adiconsum Veneto APS	A	Dipendente a t/i	6300
40	1	C	Adiconsum Lombardia	A	Dipendente a t/i	3500
41	1	D	Adiconsum Lombardia	A	Dipendente a t/i	21600
42	1	D	Adiconsum Lombardia	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	1500
43	1	B	Anteas APS	A	Dipendente a t/i	6125
44	1	B	Anteas APS	B	Dipendente a t/i	4000
45	1	B	Anteas APS	B	Dipendente a t/d	5400
46	1	C	Anteas APS	B	Dipendente a t/i	1760
47	1	C	Anteas APS	C	Dipendente a t/i	2700
48	1	C	Anteas APS	A	Collaboratori con contratti occasionali	1500
49	1	D	Anteas APS	B	Dipendente a t/i	3960
50	1	D	Anteas APS	B	Dipendente a t/i	4600
51	1	D	Anteas APS	C	Dipendente a t/i	3000
52	1	D	Anteas APS	A	Dipendente a t/i	6125
53	1	D	Anteas APS	A	Dipendente a t/i	7350
54	1	D	Anteas APS	A	Dipendente a t/i	4900
55	1	D	Anteas APS	A	Collaboratori con contratti occasionali	10290

56	1	D	Anteas APS	A	Collaboratori occasionali	con	contratti	12250
57	1	B	Anteas Lazio ODV	A	Collaboratori occasionali	con	contratti	1470
58	1	D	Anteas Lazio ODV	B	Collaboratori occasionali	con	contratti	2160
59	1	D	Anteas Lazio ODV	A	Collaboratori occasionali	con	contratti	2940
60	1	B	Anteas Lombardia ODV	A	Collaboratori occasionali	con	contratti	1470
61	1	D	Anteas Lombardia ODV	B	Collaboratori occasionali	con	contratti	2160
62	1	D	Anteas Lombardia ODV	A	Collaboratori occasionali	con	contratti	2940

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	1	D	Adiconsum Lombardia APS	1950
2	1	D	Anteas APS	1000
3	1	D	Anteas Lazio ODV	730
4	1	D	Anteas Lombardia ODV	730

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	<p>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.</p>	<p>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.</p>
2	<p>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</p>	<p>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.</p>
3	<p>Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Verona</p>	<p>La CCIAA di Verona supporterà in particolare l'attività di coinvolgimento delle imprese nel territorio della realtà territoriale di competenza, partecipando alle attività seminariali e di workshop dedicate alle imprese e alle organizzazioni imprenditoriali, come agli incontri per la sensibilizzazione della cittadinanza (attività 4 e 6). La CCIAA fornirà buone prassi già sperimentate positivamente sul territorio, verso modelli di consumo critico e solidale, basati su relazioni di fiducia tra produttori responsabili e consumatori consapevoli, per favorire un'economia virtuosa, etica e sostenibile.</p>
4	<p>Unione Artigiani della Provincia di Milano: con le sue oltre 16 mila imprese associate, vanta la maggior rappresentatività a Milano e provincia.</p>	<p>Attraverso una salda presenza sul territorio, l'Unione Artigiani della provincia di Milano permetterà di raggiungere con facilità le piccole e medie imprese che attuano politiche di sostenibilità, portando valore aggiunto all'attività 4 del progetto e supportando il villaggio-satellite nella provincia di Milano previsto nell'attività 6.</p>
5	<p>Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Verona</p>	<p>Univerona contribuirà alla realizzazione del progetto con contributi in termini di expertise e contenuti nella realizzazione dei moduli di formazione interna previsti per l'attività 1 e nelle attività che coinvolgeranno le imprese previste nell'attività 4. Inoltre Professori e studenti dell'università potranno liberamente partecipare alle iniziative del villaggio della sostenibilità/villaggi satellite realizzati nell'ambito dell'attività 6.</p>
6	<p>Movimento Consumatori Caserta</p>	<p>Movimento Consumatori Caserta supporterà la promozione delle attività e dei risultati progettuali, dei servizi offerti ai target di consumatori e la diffusione dei materiali di sensibilizzazione previsti nell'attività 7.</p>

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 2/2023.

Non si prevedono affidamenti a soggetti esterni.

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	Dichiarazione di partecipazione da parte delle scuole/università/centri di aggregazione con numero di classi e studenti/giovani; esame dei lavori prodotti dagli/dai studenti/giovani; feedback partecipanti.
Sensibilizzare la popolazione anziana sui vantaggi della sostenibilità, contrastando l'isolamento sociale e promuovendo uno stile di vita più sostenibile.	Attività 3. Incontri di sensibilizzazione di prossimità con gli anziani in 20 regioni	Registro partecipanti ai corsi, dichiarazione di circoli ricreativi / centri sociali anziani ospitanti l'iniziativa; feedback partecipanti.
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 Anteas.

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 collegamenti dai villaggi satellite; 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 alle iniziative che coinvolgeranno il grande pubblico.	Attività 7. Campagna mediatica e social per avvicinare le persone alla sostenibilità	Analytics profili social/siti web/newsletter e Rassegna stampa

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	500.000	Analytics social, statistiche ADV
Newsletters, Comunicati stampa, riviste, pubblicazioni, articoli e news, interviste, siti web dei partner	Canali interni dei partners del progetto	3.000.000	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	1.000.000	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	50	Report di invio email

Allegati: n° 6 *relativi alle collaborazioni (punto 8).*