

SCHEDA DI PROGETTO

1a.– Titolo

Sostenibile anche per noi - Percorsi di inclusione e partecipazione nella transizione alla Green Economy

1b - Durata

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

15

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] n. 12 Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

[2] n. 10 Ridurre le ineguaglianze

[3] n. 1 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] contrastare le solitudini involontarie specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato

[3] contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale;

2c- Linee di attività³

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

e) interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali,

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

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;

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

Esporre sinteticamente:

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

Il progetto ha un ambito territoriale nazionale e si articola in un nucleo di azioni centralizzate e un’importante serie di attività in presenza sul territorio, omogeneamente distribuite: in 5 regioni si svolgeranno iniziative pilota con gli anziani (Lazio-Roma, Calabria-Reggio Calabria, Basilicata-Potenza, Sardegna-Oristano e Campania-Napoli).

3.2. Idea a fondamento della proposta progettuale. Il progetto intende perseguire la scelta della sostenibilità per tutti, inclusi i gruppi sociali svantaggiati economicamente e culturalmente, le famiglie a basso reddito, le persone con basso grado di istruzione, le persone colpite dal digital divide, gli anziani. Procederà ad individuare, in tutti gli ambiti del consumo e della cittadinanza aperti allo sviluppo sostenibile, le modalità atte a rendere più comprensibili e condivisi i valori, nonché più accessibili a tutti le risorse, le buone prassi, gli ausili e gli incentivi, le conoscenze e competenze, le iniziative e gli strumenti di solidarietà, risparmio, recupero e condivisione. Focalizzerà percorsi di inclusione e partecipazione alla transizione dall’economia lineare all’economia circolare, specificamente dedicati alle fasce deboli della popolazione, tra cui segnatamente le famiglie in condizione socio-economica svantaggiata e gli anziani. Parte del know-how sarà acquisito mediante il dialogo con esperti, rappresentanti delle ONG, amministratori locali del settore delle politiche sociali, aziende e start-up portatrici di esperienze innovative ed ogni altro attore chiave in grado di portare un contributo fattivo alla campagna. Anche attraverso attività di emancipazione dal digital divide e attività di accompagnamento, si aiuteranno le persone a contrastare gli effetti di isolamento, impoverimento ed emarginazione che la crisi da COVID-19 ha contribuito ad accentuare, dando un senso alle istanze della sostenibilità in un quadro di crescita inclusiva: le famiglie impareranno, ad esempio, a chiedere online i benefici e le provvidenze cui hanno diritto, come bonus sociali per l’energia, potranno accedere alla solidarietà e alla condivisione che si sviluppano in rete (donazione eccedenze alimentari, condivisione degli spostamenti ecc.), contrastare la solitudine e partecipare alla vita di comunità anche attraverso il canale digitale. La sostenibilità, l’economia circolare e gli obiettivi di Agenda 2030 non devono restare appannaggio di un’élite illuminata dei consumatori e della parte più avanzata e lungimirante del mondo produttivo: i tanti, tantissimi che rischiano di restare indietro devono essere partecipi del cambiamento, artefici e protagonisti di uno sviluppo che da un lato ha bisogno anche del loro contributo, dall’altro deve prestare particolare attenzione alle ricadute sociali di ogni scelta, oltre che agli standard ambientali.

3.3. Descrizione del contesto. La sostenibilità oggi non è per tutti e la transizione delle economie avanzate verso il modello circolare con difficoltà riesce a tenere conto dei bisogni e dei problemi dei più deboli, ma soprattutto dell’impatto che le scelte necessarie possono avere su di loro: basti pensare al fatto che le produzioni sostenibili che si cerca di sviluppare richiedono spesso lavoratori molto qualificati, mentre la progressiva riduzione delle produzioni tradizionali e più inquinanti comporta la perdita di posti per i lavoratori meno qualificati. Sul piano dei comportamenti individuali, l’incremento della sostenibilità degli stili di vita implica spesso, per i consumatori, il possesso di un elevato grado di consapevolezza, un discreto grado di conoscenza delle tecnologie disponibili nei vari ambiti (dal risparmio energetico alla mobilità di basso impatto, alla digitalizzazione, alla composizione del packaging dei prodotti, al riciclo dei rifiuti ecc.), ma soprattutto una certa capacità di spesa che ne consenta l’adozione o consenta l’acquisto di beni e servizi “verdi”. I prodotti biologici sono più costosi, i pannelli fotovoltaici richiedono investimenti, le auto elettriche hanno costi decisamente più elevati di quelle a benzina, le tecnologie di risparmio energetico in casa implicano lavori ed impianti ad hoc, ecc. Questo può significare, sul piano pratico, l’esclusione di fasce importanti della popolazione dal cambiamento culturale e comportamentale che l’agenda 2030 ha fissato (delineando al contrario nei vari obiettivi anche elementi di inclusione sociale e partecipazione): se la sostenibilità è un lusso, alla portata di pochi fortunati, i gruppi sociali svantaggiati economicamente e culturalmente potrebbero essere relegati ad un ruolo marginale in questo processo di crescita collettiva, rinunciando di fatto a sentirsi protagonisti e ad adottare finanche i comportamenti virtuosi più “a portata di tutti”, per il fatto stesso di percepirla come scollegati dal proprio sistema di bisogni e priorità. Di più: la transizione all’economia “verde”, con i suoi meccanismi di incentivazione e disincentivazione, rischia spesso di favorire i ceti abbienti (ad esempio con gli incentivi all’acquisto di auto elettriche o gli eco-bonus edilizi) e al contrario penalizzare maggiormente le fasce sociali deboli, dove si concentrano la maggior parte dei possessori di vecchie auto inquinanti (destinate a subire crescenti limitazioni e tassazione, aumento del costo dei carburanti ecc.), di caldaie a gas poco efficienti da sostituire obbligatoriamente con caldaie di nuova generazione, elettrodomestici energivori ecc. Il rischio è

di alimentare la forbice tra un ceto medio-alto sempre più benestante ed "illuminato", proiettato spontaneamente verso la modernità e la sostenibilità, favorito dagli incentivi, e un ceto basso che invece subisce il cambiamento, stretto fra divieti e imposizioni e incapace di accedere al supporto istituzionale, votato per necessità o mancanza di mezzi a comportamenti pubblicamente connotati dal disvalore, come mangiare junk food industriale invece di pregiati alimenti biologici a km zero, acquistare prodotti a basso costo privi di certificazioni di qualità ambientale, muoversi con mezzi privati altamente inquinanti, ecc. Ecco che l'impronta ecologica potrebbe trasformarsi in un segno distintivo, un novello status symbol per marcare la differenza fra chi, in oltre un decennio di crisi economica, ha visto consolidarsi i propri capitali a la propria posizione e i tanti, troppi che hanno perso potere di acquisto e sono invece scivolati verso la povertà relativa o assoluta. Questa circostanza potrebbe innescare tensioni sociali e forme di resistenza culturale, motivate dalla percezione di una transizione ecologica che si realizza a spese dei più deboli, generando disparità di accesso ai benefici e disoccupazione per i lavoratori delle attività "inquinanti". Il modello economico deve invece essere rivisto in modo sistemico e lungimirante, per far sì che la protezione dell'ambiente si accompagni ad una nuova generazione di valore per tutti, alla creazione di posti di lavoro e al progresso in senso lato di tutte le componenti della società. L'obiettivo si persegue:

- con l'apporto della comunità scientifica e del mondo produttivo, che possono rendere le tecnologie eco-compatibili e i paradigmi dell'economia circolare sempre più agevolmente applicabili a tutti gli ambiti di produzione e consumo e sempre più alla portata di tutti i cittadini;

- con oculate scelte istituzionali e misure di supporto/accompagnamento, per avvicinare i gruppi sociali svantaggiati alle opportunità generate dall'economia sostenibile, favorire il welfare di comunità, concorrere all'abbattimento delle barriere che ostacolano l'evoluzione sostenibile dei comportamenti e stili di vita;

- con la spinta, la capacità di ascolto e l'attività quotidiana delle organizzazioni del terzo settore, che da un lato raccolgono ed elaborano i bisogni della collettività, con speciale attenzione ai più deboli, dall'altro li convogliano in forme di proposta politica e dialogo multistakeholder, per attivare percorsi virtuosi di sinergia e di cambiamento; attivano inoltre reti e iniziative di solidarietà e collaborazione per rinforzare il sentimento di comunità e contrastare la povertà e l'esclusione;

- con il contributo convinto di tutti i cittadini, che opportunamente informati ed aiutati ad individuare strumenti per loro accessibili, possono fare scelte di consumo e adottare stili di vita che risultino sostenibili allo stesso tempo per l'impatto ambientale e per le implicazioni economiche sul bilancio familiare.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati. La crisi conseguente alla pandemia da COVID-19 allarga la platea delle persone che restano indietro: hanno subito di più i disagi del lockdown, vissuto un maggiore senso di isolamento, beneficiato di meno delle opportunità e servizi offerti dall'ambiente digitale (inclusa la didattica a distanza per i ragazzi), e soprattutto sono oggi i più esposti al rischio di impoverimento e retrocessione sociale: si può e si deve aiutarli a superare questa impasse. I gruppi svantaggiati devono poter introiettare i valori della sostenibilità come parte del proprio sistema di priorità e stile di vita, conoscere le scelte di consumo sostenibile a loro accessibili nei vari ambiti (gestione dei rifiuti, risparmio energetico in casa, mobilità, riuso, riciclo, lotta allo spreco alimentare, condivisione ecc.) ed essere messi in grado praticamente di adottare comportamenti coerenti, grazie a consigli pratici, formazione e accompagnamento, ma anche grazie al superamento del digital divide, che consentirà loro di socializzare e accedere a molte nuove opportunità. Si deve anche impedire che la crisi economica, imponendo nuove emergenze, releghi lo sviluppo sostenibile ad un ambito velleitario, derubricandolo dalle priorità politiche, imprenditoriali e mediatiche, quando invece nella sostenibilità risiede la chiave della modernizzazione e della rinascita economica del nostro Paese: due obiettivi che richiedono al tempo stesso il progresso nella digitalizzazione e il coinvolgimento più ampio possibile di tutte le componenti della società.

3.5. Metodologie. Il progetto adotta un punto di vista ed un approccio nuovi al tema dell'inclusione/partecipazione e della sostenibilità, spesso considerati ambiti distinti. Le persone raggiunte, con l'ausilio degli enti e servizi territoriali già operanti, potranno sia beneficiare di un percorso di integrazione sociale, sia capire come esso gli apra le porte di occasioni per migliorare il tenore di vita a parità di reddito, risparmiando risorse e condividendo, accedendo a benefici e provvidenze. Porterà loro "più vicino" gli obiettivi di benessere sostenibile e offrirà strumenti a chi già opera per mitigare il loro disagio e la loro fragilità, per integrare quel lavoro con nuovi ambiti, contenuti e percorsi di attivazione e partecipazione. Il progetto offre un contributo mirato agli aspetti di rilievo sociale dell'agenda 2030, che nei paesi sviluppati come il nostro restano di più incerta attribuzione fra i soggetti titolari di politiche e competenze diverse, perché trasversali e complessi.

4- Risultati attesi (Massimo due pagine)

Il progetto prevede di riuscire a conseguire un buon miglioramento del livello di comprensione ed accettazione, da parte dei due gruppi target fondamentali e del pubblico generale, riguardo ai principi dello sviluppo sostenibile, ai suoi valori ed alle possibilità di contribuirvi mediante comportamenti accorti, che garantiscono vantaggi individuali e collettivi. Si prevede di suscitare un graduale avvicinamento e sentimento di condivisione, riuscendo a far entrare le scelte di consumo sostenibile e la partecipazione alle iniziative di economia circolare, nel sistema di priorità dei gruppi vulnerabili, accostando queste scelte alla possibilità concreta di risparmiare denaro, usare meglio le scarse risorse a disposizione, beneficiare di iniziative di solidarietà, partecipare a comunità e azioni collettive che garantiscono anche gratificazione, riconoscimento, socialità ed opportunità di inclusione. Le attività del progetto, favorendo le occasioni di incontro, le affiliazioni, la collaborazione fra persone e con gli enti del terzo settore, conseguiranno anche l'apprezzabile attenuazione del senso di isolamento ed esclusione che la crisi da Covid-19 ha accentuato, alleviando la solitudine degli anziani grazie all'alfabetizzazione digitale, alla promozione delle community virtuali ed altre iniziative socializzanti.

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

- Partecipazione attiva e impegno sui temi, per tutti i consumatori che saranno coinvolti negli incontri/eventi e nelle attività dal vivo del progetto
- Netto miglioramento delle competenze digitali degli anziani e dei cittadini con bassa scolarizzazione raggiunti con la formazione, con conseguente maggiore capacità di accesso ai beni e servizi e alle comunità online, alle opportunità offerte dalle iniziative di condivisione, recupero e solidarietà.
- Maggiore attitudine da parte dei consumatori a valutare il contenuto di ogni scelta di acquisto e di consumo in termini di impatto sociale ed ambientale.
- Incremento di conoscenza del pubblico riguardo alle caratteristiche che rendono una filiera sostenibile e a quelle che permettono di riconoscerne i prodotti (packaging, certificazioni, etichette); maggiore stimolo a ricercare le informazioni sulla sostenibilità dei prodotti e servizi che si intende acquistare.
- Crescita di una coscienza collettiva che stigmatizza l'inquinamento e il danno ambientale, l'uso spregiudicato delle risorse del territorio e lo spreco alimentare;
- Valorizzazione nell'immaginario collettivo delle filiere socialmente responsabili ed eco-compatibili con conseguente innesco di meccanismi di sostegno alle produzioni italiane che, nel garantire la sostenibilità, creano occasioni di sviluppo e posti di lavoro preziosi in un contesto di recessione come il presente.
- Incoraggiamento all'attivazione, da parte delle amministrazioni locali e degli enti deputati alle politiche sociali, di iniziative di facilitazione ed accompagnamento destinate specificamente alle categorie vulnerabili della popolazione; aggiornamento professionale e formazione dei loro operatori in ambiti toccati dal loro lavoro in campo sociale, ma fuori dalla tradizionale preparazione specialistica di assistenti sociali e OSA.
- Maggiore incentivazione delle aziende a adottare metodi e processi produttivi rispettosi dell'ambiente, delle risorse naturali impiegate e della comunità locale, grazie ad una più ampia risposta di mercato, che può motivare gli investimenti necessari.

Destinatari degli interventi (specificare) ⁴	Numero	Modalità di individuazione
Anziani	500 in forma diretta	A livello locale, grazie ai contatti ed alle sinergie già consolidate esistenti (in particolare con la FNP CISL e le sue articolazioni su tutto il territorio nazionale e con l'Associazione Nazionale Piccoli Comuni), saranno diffusi inviti a partecipare alle attività progettuali, rivolti a gruppi di pensionati e centri anziani (questi ultimi individuati direttamente o tramite contatto con i coordinamenti cittadini e/o regionali dei centri anziani), per diffondere la campagna del progetto e organizzare i 5 incontri, con la creazione di altrettante Green Community.
	100.000 mediante soggetti moltiplicatori e mass-media	Oltre al numero di anziani sopra indicato, raggiunti direttamente e coinvolti nelle attività, è previsto un buon livello di disseminazione conseguibile tramite le menzionate organizzazioni, che hanno canali

	dedicati	informativi dedicati ai loro associati (periodici e newsletters, siti web) e possibilità di distribuire presso le loro sedi locali i materiali del progetto.
Famiglie a basso reddito, bassa scolarizzazione, condizione di marginalità sociale	1000 basse famiglie, in forma indiretta tramite i servizi sociali	Mediante attività di comunicazione e invito a collaborare indirizzata agli assessorati alle politiche sociali di una serie di comuni, e/o ai competenti Segretariati Sociali/ Servizi sociali territoriali, che potranno fungere da tramite per la disseminazione delle informazioni e delle attività di supporto ed accompagnamento, nonché dei materiali del progetto.
Staff dei servizi sociali territoriali, assistenti sociali e operatori OSA	500	Invito a collaborare e ad usufruire delle occasioni di formazione e aggiornamento sugli aspetti della campagna di loro interesse e competenza, per poter meglio incontrare i bisogni e le aspettative delle persone e famiglie assistite: sarà rivolto come sopra indicato ai competenti servizi istituzionali, alle organizzazioni professionali degli assistenti sociali e a quelle degli operatori socio-assistenziali.
Pubblico generale dei consumatori e delle famiglie In forma diretta (partecipazione ad eventi progettuali)	Pubblico raggiunto in forma diretta: 10.000	Gli eventi a livello locale saranno in parte realizzati in piazza, in occasione di manifestazioni pubbliche e fiere, sagre, iniziative dei comuni o di altri soggetti anche del terzo settore operanti sul territorio, in parte presso centri di aggregazione (parrocchie, circoli, centri culturali, centri anziani ecc.) Il pubblico pertanto sarà quello richiamato da tali eventi o dalle organizzazioni che li ospitano. I due eventi progettuali di rilievo nazionale (Evento Fiera e workshop al Festival dello Sviluppo Sostenibile) saranno organizzati con ampia attività di promozione mediatica ed in collaborazione con soggetti di diversa natura impegnati nei settori rilevanti. Il pubblico intervenuto potrà ricevere informazione e formazione, a seconda dei casi partecipare a corsi ed attività laboratoriali di riuso e riciclo, interagire con esperti e decision makers presenti, avanzare proposte.
In forma indiretta: promozione e comunicazione del progetto, articoli, materiali, disseminazione attuata dai soggetti moltiplicatori e soggetti sostenitori esterni, con media tradizionali, web e social media	Pubblico raggiunto in forma indiretta: 500.000	Il pubblico raggiunto in forma indiretta sarà: l'audience dei canali informativi acquisiti dal progetto (Web + newsletter e pubblicazioni delle associazioni proponenti, dei soggetti sostenitori esterni ecc.) l'audience dei media tradizionali ed online raggiunti tramite attività di ufficio stampa e media relations, che ospiteranno articoli e notizie sui contenuti e le attività del progetto, le interviste ad esperti e testimonial, l'annuncio degli eventi. L'audience raggiunta dai soggetti moltiplicatori, le associazioni e gruppi aderenti alle iniziative del progetto
Associazioni, fondazioni e centri di aggregazione (soggetti moltiplicatori) – Enti del Terzo Settore, imprese e loro organizzazioni	10 di livello nazionale 10 di livello territorial e	Tramite attività di contatto dedicate e specifiche, si prevede di raggiungere con una presentazione del progetto e un invito a collaborare, almeno 20 tra i soggetti di questa categoria operanti a livello nazionale territoriale Le modalità di individuazione sul livello nazionale saranno: la rilevanza della mission sui temi del progetto, la partecipazione ad organizzazioni ombrello, alleanze ed iniziative di specifica rilevanza, l'esistenza di pregresse collaborazioni con Adiconsum, la conduzione di progetti di interesse sui temi oggetto della campagna. Sul territorio, le modalità di individuazione saranno incentrate sulla capacità di questi soggetti di coinvolgere cittadini e gruppi negli eventi locali del progetto, incrementando la potenziale affluenza di pubblico.
Amministrazioni locali	50	Grazie alla collaborazione con l'Associazione Nazionale Piccoli Comuni Italiani, Adiconsum conta di raggiungere con una comunicazione qualificata molte amministrazioni. Anche a livello territoriale le numerose campagne condotte in passato favoriscono l'adesione delle istituzioni locali.

Responsabili e 50
operatori Adiconsum
territoriali

La collaborazione dei comuni risulterà preziosa per l'organizzazione degli eventi, la concessione degli spazi pubblici, i patrocini e l'invio di relatori istituzionali (sindaci, assessori alle politiche sociali o ambientali, responsabili dei servizi sociali sul territorio).

Circolare interna di invito, alle sedi territoriali Adiconsum (oltre 150, presenti in tutte le regioni italiane), a partecipare alle attività formative, contenente anche indicazioni e supporto per avviare campagne a livello locale.

5 – Attività (Massimo quattro pagine)

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

Si proporranno soluzioni e si mostrerà "come fare" a limitare lo spreco, risparmiare risorse e denaro, accedere a benefici e incentivi, contrastare gli effetti della povertà mediante occasioni di condivisione, beneficiare di forme di solidarietà, anche attraverso le tante iniziative oggi presenti in ambito digitale: si mostrerà il funzionamento delle app e delle piattaforme online per la donazione delle eccedenze alimentari, di quelle per il car pooling, quelle per le banche del tempo, si mostreranno - ove esistenti - i sistemi per il conferimento remunerato di certi rifiuti, ecc. Fra le attività educative rivolte ai cittadini più vulnerabili, ci saranno iniziative di contrasto al digital divide: insegnare agli anziani come accedere online ai servizi di e-banking o della pubblica amministrazione, come richiedere online il ritiro gratuito a domicilio dei rifiuti ingombranti e dei RAEE, come usare le chat e come incontrare parenti e amici tramite strumenti di conference call, come fare acquisti online o accedere ad un servizio di telemedicina, come leggere un libro (o ascoltare un audiolibro) in formato e-book digitale risparmiando denaro ed evitando di uscire per acquistarlo, come assistere ad un webinar, sono tutte forme di supporto in grado anche di alleviare il senso di isolamento e deprivazione che il periodo di pandemia da COVID-19 ha intensificato, contribuendo al tempo stesso ad alleviare anche gli effetti di impoverimento innescati dalla stessa, grazie ad un più razionale utilizzo delle risorse e l'accesso a nuove opportunità presenti in rete.

In tema di risparmio energetico in casa, sempre più necessario per contrastare gli effetti della crisi economica che si prevede aumenterà il numero di famiglie afflitte dal problema della povertà energetica, si mostreranno i tanti accorgimenti in grado di tagliare la bolletta elettrica e del gas, senza fare investimenti onerosi; si illustreranno le procedure di accesso ai bonus sociali per l'energia, le possibilità di beneficiare di eco-bonus per eventuali interventi di ristrutturazione edilizia e acquisto elettrodomestici a basso consumo, l'esistenza delle energy communities ed altre questioni di rilevanza ed interesse per le famiglie, sempre con un occhio alla tutela consumerista ed alla smaterializzazione dei rapporti (uso degli strumenti online).

In tema di contenimento dello spreco alimentare e di alimentazione sostenibile, saranno illustrati i principi di base che determinano la sostenibilità delle filiere produttive ed evidenziate le scelte di consumo che, pur non comportando la necessità di acquistare prodotti di pregio o qualità particolare, concorrono utilmente e limitare i consumi energetici ed idrici, la produzione di rifiuti e l'emissione di sostanze inquinanti: preferire alimenti di origine vegetale e limitare il consumo di carne, acquistare prodotti freschi e di stagione possibilmente sfusi, curare la corretta conservazione domestica e limitare lo spreco, fare attenzione al packaging e curare la raccolta differenziata dei materiali riciclabili, recuperare gli avanzi e condividere le eccedenze, evitare gli alimenti ad elevata trasformazione industriale, imparare a riconoscere i prodotti del proprio territorio che garantiscono salubrità e qualità a basso prezzo grazie al minor numero di passaggi, minor trasporto e minore conservazione.

In materia di durabilità dei beni, si offriranno consigli di corretto uso e manutenzione atti a prolungare la vita utile dei prodotti, in particolare gli elettrodomestici, favorendone la manutenzione ordinaria e la riparazione in luogo della precoce sostituzione, ma anche evidenziando l'opportunità di scegliere, fra gli apparecchi che non essendo top di gamma non offrono tutte le migliori prestazioni, quei prodotti che hanno una buona durabilità, una buona performance energetica e bassi consumi idrici, piuttosto che funzioni avanzate o "speciali" e automazioni (es. molti programmi di lavaggio, attivazione da remoto via app ecc.)

Sui rifiuti domestici, si presterà particolare attenzione alla raccolta differenziata e alla limitazione generale del quantitativo prodotto, incoraggiando ad esempio l'uso dell'acqua dispensata (dove disponibile) da distributori pubblici gratuiti in luogo dell'acquisto di bottiglie (vantaggio economico ed ecologico) ed evidenziando le opportunità di risparmio sulla tariffa dei rifiuti, quando possibile, attraverso la richiesta di sconti, previsti in alcuni comuni per chi fa il compostaggio domestico, chi produce bassi quantitativi (pesatura con tessera magnetica a punti) ecc. Si illustreranno anche le opportunità di conferimento remunerato o altrimenti premiato di bottiglie di plastica, olio di cucina esausto ecc., nelle zone dove questi sistemi sono disponibili.

Sulla mobilità sostenibile, si mostreranno le opportunità di condivisione degli spostamenti, il car sharing e il car pooling, molto utili a chi compie spostamenti occasionali e potrebbe fare a meno di mantenere un veicolo proprio: per gli anziani, si illustreranno anche i servizi di accompagnamento e affiancamento (flessibili, anche spot, e prenotabili via app) per visite mediche, per fare la spesa, per raggiungere un parente o recarsi in un ufficio pubblico.

Analoga attività di sensibilizzazione, incoraggiamento e guida pratica sarà fornita in relazione ad altre tematiche del consumo sostenibile e dell'economia circolare, aiutando i beneficiari a comprendere l'elevato valore del contributo individuale, anche in assenza di una elevata capacità di spesa o della possibilità di accesso a tecnologie innovative: il messaggio sarà "anche il tuo contributo è importante e visibile, anche tu sei parte attiva del cambiamento".

In particolare, agli anziani, saranno evidenziati il valore e l'importanza della capacità di riuso, recupero e riciclo dei beni obsoleti, in cui molti hanno competenze superiori a quelle delle giovani generazioni, esortandoli a proporli come esempio ed a trasmettere questo sapere. Se possibile, saranno raccolte testimonianze individuali e incoraggiati i partecipanti alle attività progettuali a rilasciare interviste, a divenire testimonial della campagna, a condividere competenze e consigli, magari realizzando con l'aiuto dello staff di progetto dei tutorial da diffondere online. Esortando il protagonismo e favorendo la partecipazione, si riconosce pubblicamente il valore del contributo di ciascuno al perseguimento del bene comune.

La campagna si svolgerà attraverso prodotti informativi/educativi e formativi, anche online e incontri/eventi dal vivo, nonché attraverso canali mediatici e social media, soggetti moltiplicatori e soggetti sostenitori esterni del progetto. In particolare, 5 comunità di anziani già esistenti (in quanto federazione di pensionati locale appartenente alla FNP oppure centro anziani di un comune, presumibilmente gruppi da 30 a 50 persone) saranno coinvolte in modo attivo e direttamente impegnate in un programma di cambiamento dello stile di vita, in direzione della sostenibilità: visitate da uno staff di esperti, riceveranno formazione digitale e 1 personal computer in dono, come dotazione operativa della Community, informazione sulle buone pratiche di acquisto ed utilizzo dei beni e servizi, assistenza e tutorship duratura per accedere ai servizi e ausili offerti in ambito pubblico e non-profit: diventeranno una Green Community del progetto e registreranno, tramite un Diario di Bordo dei comportamenti sostenibili adottati, gli sforzi profusi collettivamente fino a fine progetto, oltre a registrare il miglioramento del benessere soggettivamente percepito con riferimento ad alcuni degli indicatori elaborati dall'ISTAT nell'ambito del progetto BES con un questionario di auto-valutazione. Le 5 Green Community di anziani saranno invitate a farsi ambasciatrici del progetto, producendo qualche materiale di Peer Education (es. video-tutorial, testimonianze e storie personali sul tema, consigli pratici e decaloghi, ricette di cucina circolare, suggerimenti e idee per riuso e riciclo) e se possibile a promuoverne la diffusione tramite i propri membri, nei rispettivi ambiti di vita, come le famiglie, le parrocchie, ecc.

Alle persone in situazione di fragilità ed esclusione sociale per basso reddito, basso grado di scolarizzazione, situazioni abitative non ottimali, ecc., saranno rivolte attività di accompagnamento e supporto mediante la collaborazione con i servizi sociali presenti sul territorio: gli sportelli sociali forniscono informazioni ed orientamento ai cittadini sui diritti e le opportunità sociali, sui servizi e sugli interventi del sistema locale, prefigurando per il progetto la possibilità sia di veicolare direttamente parte dei contenuti della campagna del progetto, (ad esempio informando sull'opportunità di accedere a forme di solidarietà organizzate da enti del terzo settore anche online, tramite comunità virtuali, piattaforme di scambio, app ecc.), sia di realizzare attività di formazione ed aggiornamento degli operatori di questi servizi, con l'obiettivo di rafforzare ed ampliare la conoscenza di strumenti integrativi del welfare pubblico. Grazie anche alla collaborazione di lungo corso tra Adiconsum e l'Associazione Nazionale Piccoli Comuni (ma saranno contattati anche i comuni più grandi), si offriranno ai competenti assessorati per le politiche sociali e ai segretariati sociali: una presentazione del progetto, delle metodologie di intervento, degli strumenti creati e dei materiali informativi, dell'expertise messa a disposizione; un invito a consultare il materiale formativo e partecipare alle attività di formazione a distanza (webinar) organizzate dal progetto; un invito a collaborare con le strutture Adiconsum territoriali, impegnate nello svolgimento del progetto a livello locale. Saranno contattati anche altri enti ed organizzazioni, come le organizzazioni professionali degli assistenti sociali e degli operatori socio-sanitari.

La campagna, per la creazione di materiali e lo sviluppo di una metodologia articolata e targettizzata, si avvarrà di contributi esterni di contenuto e di expertise, raccolti in ambito istituzionale e del terzo settore.

• **Attività 1: consultazione e dibattito con esperti e amministrazioni locali, ONG, servizi sociali**, per comprendere a fondo i bisogni dei diversi gruppi target del progetto, studiare soluzioni e confrontare esperienze, valorizzare buone prassi di accompagnamento dedicate alle fasce deboli, attivare sinergie. Questo lavoro preliminare fornirà materiale e suggerimenti operativi che si aggiungeranno all'enorme mole di informazioni e di esperienze già realizzate da Adiconsum, per orientare il progetto in funzione delle caratteristiche ed esigenze informative/di supporto di ciascun gruppo target. Consentirà inoltre di disegnare l'intervento in relazione alle variabili territoriali (la povertà energetica si manifesta diversamente al Nord ed al sud Italia, nelle aree montane e nelle zone urbane, causando diverse forme di deprivazione o disagio, e le soluzioni suggerite possono indirizzarsi a sistemi ed accorgimenti adatti e facilmente reperibili in quel contesto), ma anche al gruppo sociale (una famiglia numerosa a basso reddito

ha profili di consumo e affronta problemi diversi da una coppia di anziani).

• **Attività 2: creazione di 4 moduli formativi tematici e 1 modulo trasversale "alfabetizzazione digitale".** I moduli tematici focalizzeranno i principali temi del consumo sostenibile e dell'economia circolare, con attenzione e proporre informazioni e soluzioni che aiutino sul piano pratico la messa in atto delle scelte sostenibili, dove barriere pratiche (anche economiche) e culturali le rendano più difficili: energia, mobilità, alimentazione e rifiuti. I moduli conterranno guide pratiche testuali e tutorial, videopillole informative e risorse online. Il modulo trasversale "alfabetizzazione digitale" sarà a tutti gli effetti un corso di alfabetizzazione digitale dedicato agli anziani ed alle persone con bassa scolarizzazione, che illustrerà in modo semplice e pratico come accedere in sicurezza ai beni e servizi nel mercato digitale, interagire con le pubbliche amministrazioni, richiedere assistenza e ricevere aiuto in molte aree della vita quotidiana, cogliendo appieno i benefici dell'economia circolare che si possono ottenere attraverso strumenti e ambienti online, anche di condivisione e solidarietà. Sarà realizzato mediante tutorial e videopillole, semplici schede pratiche e servirà come supporto negli incontri di avvio delle Green Community formate dal progetto; includerà anche informazioni e suggerimenti, preziosi per chi non ha ancora dotazioni informatiche, per accedere gratuitamente ad attrezzature e connettività, ad esempio attraverso i servizi bibliotecari pubblici che offrono postazioni attrezzate, o il sistema di comodato gratuito attivato dalle scuole per le famiglie di studenti bisognosi, molto intensificato in occasione della crisi COVID-19.

• **Attività 3: formazione dei responsabili territoriali delle sedi Adiconsum sul territorio nazionale e sostegno per lo svolgimento di campagne locali.** Metodologia e obiettivi, strumenti, contenuti, tecniche e ausili creati dal progetto, format per la realizzazione di incontri ed eventi locali che coinvolgano i rappresentanti delle amministrazioni locali, gli operatori sociali, le ONG presenti sul territorio saranno illustrati e messi a disposizione, con il supporto permanente, per la durata del progetto, di tutor specialisti presso la sede nazionale Adiconsum. La formazione si svolgerà in modalità sia dal vivo in aula (10 ore, suddivise in due sessioni, da svolgersi presso la sede nazionale Adiconsum a Roma), che online nella forma di moduli FAD e videolezioni (20 ore, suddivise in 5 moduli/lezioni con test di verifica finale), con materiale scaricabile.

• **Attività 4: avvio di sinergie e collaborazione con i servizi sociali territoriali.** Invio di un plico contenente presentazione del progetto, materiali, metodologia, proposte di collaborazione concreta in favore delle famiglie in condizione di povertà e marginalità, offerta di formazione gratuita e flessibile tramite FAD (webinar dedicati, tutoraggio a distanza per l'intera durata progettuale, moduli formativi scaricabili online), rivolta al personale dei servizi istituzionali. Si proporrà di realizzare eventi formativi rivolti allo staff del segretariato sociale, agli assistenti sociali ed agli operatori socio-sanitari, ma anche se di interesse a fornire gratuitamente esperti e relatori per incontri realizzabili da detti servizi a livello locale. L'invito sarà spedito ai Sindaci e/o a servizi competenti.

• **Attività 5: realizzazione di n. 5 incontri con gruppi di anziani sul territorio e creazione di altrettante Green Community del progetto.** Gli incontri avranno luogo in 5 regioni come sopra indicato. Ogni gruppo sarà incontrato una volta dal vivo, da un Team di esperti Adiconsum (dal livello nazionale e locale) e con la partecipazione di stakeholders attivi sul territorio, nonché successivamente seguito e guidato a distanza mediante strumenti di teleconferenza, supporto e-mail, contatti telefonici con il Coordinatore della Community (un referente interno individuato come tramite). Potranno unirsi a sostegno della Community - ed eventualmente partecipare ad uno o più incontri - altri soggetti, segnatamente i sostenitori esterni del progetto, che siano portatori di una specifica competenza o istanza di sostenibilità: Ecodom per i RAEE, Renoils per la raccolta dell'olio di cucina esausto, Enostra per le Energy Community verdi, Biova per il recupero degli scarti alimentari, Made in Carcere per il riciclo tessile, Motus-E e Coordinamento Free per la mobilità elettrica, ecc., oppure amministratori locali (i sindaci dei piccoli comuni coinvolti tramite l'associazione ANPCI, i servizi sociali locali, le ONG attive nel sostegno agli anziani o ai poveri ecc.). Ogni community riceverà in dono uno strumento operativo, ovvero un personal computer, grazie al quale potrà completare il percorso di sensibilizzazione e formazione creato dalla campagna, avviare la propria partecipazione alle sue attività, prendere parte anche dopo il termine delle attività progettuali ad altre iniziative, progetti e forme di solidarietà e condivisione (donazione di eccedenze alimentari, banche del tempo, servizi di mutuo aiuto e servizi di assistenza pubblici o di ONG e volontari, car pooling ecc.). Le Community potranno richiedere in qualsiasi momento un incontro in teleconferenza con gli esperti di Adiconsum oppure incontrare le altre Green Community del progetto per scambiare idee e suggerimenti, programmi di attività, confrontare risultati e discutere barriere persistenti all'adozione di uno stile di vita sostenibile. Ogni Community aderirà formalmente al progetto impegnando i suoi membri (o almeno quelli che parteciperanno all'iniziativa, se la partecipazione non fosse unanime) ad adottare una serie di comportamenti sostenibili che potranno essere scelti liberamente dai suoi componenti fra quelli proposti: approntare misure di risparmio energetico in casa, adottare mezzi di

mobilità sostenibile come la bicicletta o la mobilità dolce elettrica, avviare un programma di abbattimento dello spreco alimentare e di alimentazione sostenibile della propria famiglia, iniziare a curare una raccolta differenziata dei rifiuti molto scrupolosa, inclusi l'olio, le pile e i piccoli RAEE. Ciascun comportamento sarà illustrato nel suo potenziale di riduzione dell'impronta ecologica, in termini di CO2 risparmiata, risparmio economico e/o altri indicatori idonei. Ogni community sarà invitata a tenere un diario delle azioni attivate dai suoi membri così da avere la percezione di quanto sia rilevante l'impegno di ciascuno, sviluppare un sentimento di condivisione dell'obiettivo comune, senso di appartenenza e spirito di squadra: al termine del progetto riceverà un attestato di merito. Saranno anche ricercati piccoli sponsor per premiare questo impegno mediante donazione di buoni di acquisto o prodotti in linea con lo spirito del progetto. Con un questionario dedicato, saranno rilevati i miglioramenti di atteggiamento, percezione di benessere e competenza perseguiti con l'attività.

- **Attività 6: redazione di un Dossier "La Sostenibilità anche per gli ultimi"**, che sarà ampiamente diffuso e sottoposto a numerosi stakeholders, nonché presentato nell'evento pubblico principale del progetto. Conterrà dati sulle fasce sociali e gruppi target individuati come prioritari, analisi delle loro difficoltà e delle barriere che rendono gli obiettivi di sviluppo sostenibile poco comprensibili, poco rilevanti o difficilmente raggiungibili per queste persone, una presentazione di best practices attivate da amministrazioni locali, servizi sociali o enti del Terzo Settore, imprese e altri stakeholders, realizzata anche grazie all'expertise e alle testimonianze dei numerosi soggetti sostenitori esterni del progetto, un reportage del lavoro delle Green Community, una presentazione delle esperienze di collaborazione con i servizi sociali territoriali, una raccolta di proposte ed istanze emerse durante il lavoro sul campo, le attività di dialogo preliminare e i contributi dei vari esperti settoriali. Il Dossier sarà presentato pubblicamente e inviato ad un ampio range di stakeholders, sia istituzionali che non.

- **Attività 7: attività di promozione del progetto tramite la partecipazione di Adiconsum ad incontri ed eventi pubblici, stand in fiere e manifestazioni o sagre**, con materiale del progetto e ove possibile con un relatore che lo presenti. Non è facile quantificare a priori questa attività non strutturata, legata all'intensa attività di relazione portata avanti abitualmente dall'Associazione, che prevede l'impegno a portare la campagna ovunque se ne colga l'occasione, attraverso la frequente presenza di relatori di Adiconsum Nazionale o delle sedi Adiconsum Territoriali in convegni, workshop e manifestazioni o trasmissioni televisive, l'organizzazione di stand dell'Associazione ecc. Sarà comunque organizzata almeno 1 partecipazione fieristica, con stand del progetto, nel corso di una manifestazione di rilievo per il tema (es. Ecomondo, Fa' la cosa giusta, ecc.)

- **Attività 8: organizzazione di un grande evento di tre giorni, il Villaggio della Sostenibilità, a fine progetto**, dove confluiranno in mostra le migliori esperienze e pratiche oggetto della campagna oppure emerse dagli incontri con esperti e stakeholders, la presentazione del Dossier e dei risultati conseguiti dalle Green Community di anziani. L'evento avrà la forma di una fiera, con stand e postazioni dimostrative, dove saranno illustrate le tematiche, i comportamenti e gli strumenti di economia circolare, saranno ospitati gli enti collaboratori esterni, saranno distribuiti i materiali del progetto. Vi sarà uno spazio conferenze, dove potranno eventualmente avere luogo workshop tematici o attività di formazione, e dove sarà realizzata la conferenza finale, di presentazione dei risultati del progetto e del Dossier.

- **Attività 9: campagna mediatica rivolta al pubblico generale.** Il progetto sfrutterà la grande visibilità mediatica dell'Associazione e la sua presenza, molto seguita, sui social media. Sarà creata una sezione apposita dedicata alla campagna nel sito Adiconsum, che ospiterà il programma di attività, i materiali, il Dossier lo streaming degli eventi live e online, il calendario delle manifestazioni e i prodotti creati dalle Green Community, il punto di accesso alla formazione a distanza realizzata per i diversi target come sopra specificato. Saranno diffusi comunicati stampa e postate news sui profili Social. Si contatteranno gli uffici stampa ed addetti alla comunicazione dei soggetti sostenitori esterni, chiedendo supporto nella diffusione dei messaggi e dei risultati del progetto.

NOTA: le attività del progetto che prevedono incontri in presenza sono programmate dopo il primo semestre di attività: tuttavia, esse restano soggette alla possibilità che eventuali restrizioni dovute alla persistenza della pandemia da COVID-19 impongano modifiche, nel senso di un trasferimento dell'attività nell'ambiente digitale (ad esempio in forma di webinar o videoconferenza) o una sua trasformazione in altra attività.

7a - Risorse umane

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

Numero	Tipo attività che verrà svolta 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	2	COD. A	ADICONSUM	QUADRO-OPERATORE 1° LIVELLO	Dipendenti a tempo indeterminato	10.000 € (A1)
2	2	COD. B	ADICONSUM	OPERATORI LIVELLO	1°-3° Dipendenti a tempo indeterminato	50.000 € (B1)
3	1	COD. C	ADICONSUM	OPERATORE LIVELLO	1° Dipendente a tempo indeterminato	25.000 € (C1)
4	3	COD. D	ADICONSUM	OPERATORI LIVELLO	1°-3° Dipendenti a tempo indeterminato	110.000 € (D1)
5	2	COD. D	ADICONSUM	PROFESSIONISTI	Collaboratori esterni	20.000 (D1)
6	1	COD. D	ADICONSUM	OPERATORE	Collaboratore esterno	5.000 (D1)

7b. Volontari

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

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	COD. B	ADICONSUM	1.000 € (D6) 250 € (D8)

8 – Collaborazioni

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

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1	FNP CISL – Federazione Nazionale dei Pensionati è il sindacato degli anziani. E' capillarmente presente su tutto il territorio nazionale con una rete di punti di riferimento al servizio delle comunità locali. Svolge attività di promozione e segretariato sociale, difesa dei diritti, dialogo con le istituzioni, educazione sociale, volontariato e organizzazione del tempo libero.	La FNP supporterà il progetto nello studio dei bisogni di informazione e formazione degli anziani riferiti ai suoi ambiti di intervento, agirà da tramite con le comunità locali per l'organizzazione degli incontri con gli anziani e la creazione delle Green Community, parteciperà alla revisione dei materiali informativi e formativi (moduli tematici, modulo trasversale di alfabetizzazione digitale, ecc.). Supporterà la promozione del progetto con la sua rete di associati e i suoi canali di comunicazione (newsletter, sito web, social media). Invierà relatori agli eventi.
2	NeXt – Nuova Economia per Tutti nata nel 2011 per promuovere e realizzare una nuova economia: civile, partecipata e sostenibile. E' un'associazione di promozione sociale di terzo livello, che crea network tra associazioni, imprese, amministrazioni pubbliche, scuole, università e cittadini, che agiscono "dal basso" per il Bene Comune. Connette, valuta e facilita l'incontro di Buone Pratiche, presenti su tutto il territorio	Confronto sulle esperienze afferite a Next da imprese, Comuni, scuole, università, banche ed enti del terzo settore, che si impegnano quotidianamente nel raggiungere obiettivi di sostenibilità sociale e ambientale, connessa ai domini del BES dell'Istat e agli SDGs dell'Agenda 2030 dell'ONU. Fra queste, saranno selezionate quelle che si rivolgono o mostrano aspetti di attenzione alle fasce deboli su cui questo progetto si focalizza (i meno abbienti, gli anziani, le persone che hanno minori opportunità per

- nazionale e avvia processi di Rete e co-progettazione con gli stakeholder locali per lo sviluppo sostenibile dei territori.
- basso titolo di studio o basso livello di inclusione: gli enti promotori saranno contattati e invitati a partecipare alla creazione del Dossier ed alla discussione sulle strategie di mitigazione delle barriere che tendono ad escludere i soggetti deboli dal passaggio all'economia circolare, aiutando nella co-progettazione di soluzioni sostenibili ai problemi economici, sociali e ambientali di un territorio o di un gruppo.
- 3 **ASviS – Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile.** Nata il 3 febbraio del 2016 su iniziativa della Fondazione Unipolis e dell'Università di Roma "Tor Vergata", l'Alleanza Italiana per lo sviluppo sostenibile (ASviS) è la più grande rete di organizzazioni della società civile mai creata in Italia, con oltre 270 soggetti aderenti e più di 200 associati. L'Alleanza mira a far crescere nella società italiana, nei soggetti economici e nelle istituzioni la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, mobilitandoli verso la realizzazione degli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs - *Sustainable Development Goals*).
- L'ASviS parteciperà al progetto supportando la raccolta delle buone prassi in corso a livello di società civile, impresa e istituzionale.
- 4 **Ènostra – l'energia buona,** è la prima cooperativa energetica in Italia che produce e fornisce energia sostenibile, etica, 100% rinnovabile, attraverso un modello di partecipazione e condivisione. E' un fornitore elettrico cooperativo, a finalità non lucrativa, che vende ai propri soci solo elettricità rinnovabile proveniente da impianti fotovoltaici, eolici e idroelettrici con garanzia d'origine, prediligendo realtà di produzione legate alle comunità locali e favorendo la crescita della quota di energia da fonti rinnovabili nel mix energetico nazionale. Offre ai soci servizi di efficientamento, realizzazione impianti fotovoltaici e monitoraggio dei consumi per la riduzione degli stessi. Crea occasioni di partecipazione e coinvolgimento dei singoli e delle reti sociali a favore della transizione energetica dal basso. E' un'impresa di comunità, ovvero un'impresa che svolge servizi ed attività che si ripercuotono ben oltre la platea dei propri soci, portando benefici alla comunità nel suo complesso.
- E'nostra parteciperà alla creazione dei contenuti della campagna relativi al settore dell'energia (energia verde, autoconsumo e risparmio energetico/efficientamento) e contribuirà alla redazione del Dossier con esperienze ed expertise. In particolare, testimonierà la best practice del Progetto Pilota di Autoconsumo Collettivo realizzata presso Qui Padova, una realtà di social housing creata dal Comune di Padova, creando una "comunità energetica rinnovabile" che ha abilitato il consumatore ad autoprodurre, autoconsumare, immagazzinare e condividere l'energia e, dunque, ha riconosciuto ai cittadini e alle piccole imprese un ruolo di protagonisti della transizione energetica (a favore di un modello energetico più democratico ed equo).
- 5 **ECODOM** - Consorzio Italiano per il Recupero e Riciclaggio Elettrodomestici, è un consorzio privato, senza fini di lucro, molto impegnato in campagne sull'economia circolare ed esperienze pilota anche nel social housing.
- Ecodom offrirà expertise per la creazione di materiali informativi sul conferimento dei RAEE (sia sui diritti in caso di acquisto che sui servizi di ritiro presso le isole ecologiche). Contribuirà inoltre alla raccolta di best practices nel social housing in relazione a soluzioni di economia circolare. Parteciperà agli eventi e alla redazione del Dossier.
- 6 **APPLiA Italia** – Associazione del sistema
- APPLIA offrirà expertise nell'individuazione di

- confindustriale, che riunisce oltre 100 aziende che operano in Italia nel settore degli elettrodomestici e attrezzature professionali per ristorazione e ospitalità. E' impegnata nel risparmio energetico e nella lotta allo spreco alimentare, nella durabilità e riparabilità dei prodotti, nel corretto conferimento dei RAEE.
- 7 **Renoils, consorzio** senza scopo di lucro che si occupa della corretta gestione degli oli e grassi vegetali e animali alimentari esausti. E' il punto di riferimento per gli operatori e i cittadini per raccogliere e riciclare correttamente l'olio di cucina divenuto rifiuto. Renoils è molto impegnato nella sensibilizzazione dei cittadini e delle imprese di ristorazione sui danni ambientali dell'olio esausto sversato impropriamente. Renoils offrirà competenza specifica nel settore della raccolta e riciclo dell'olio vegetale esausto per la conduzione della campagna informativa. Contribuirà anche all'individuazione di best practices da proporre sul territorio, con una serie di casi di studio su soluzioni di incentivazione dei cittadini, con relativa valutazione di impatto economico, sociale ed ecologico: fra queste, segnatamente quella di installare contenitori per il conferimento dell'olio di frittura esausto nei centri anziani e nelle scuole, con assegnazione di un premio in denaro o di un dono "importante" alla comunità in questione, al raggiungimento del quantitativo. Parteciperà al villaggio della Sostenibilità del progetto.
- 8 **Biova – Beer against waste**, è un'impresa responsabile che trasforma gli avanzi di pane (invenduto dei negozi) in birra. E' un esempio di lotta allo spreco alimentare, recupero di risorse ed impresa sostenibile, che ben esprime e rappresenta il valore nche in termini di ricaduta economica ed occupazionale) la capacità di collaborazione fra vari soggetti del territorio. La birra da pane recuperato sarà illustrata fra i tanti progetti e le iniziative di economia circolare, mostrando l'utilità di creare nuove catene di valore e forme di collaborazione, per un benessere sostenibile e condiviso. L'azienda offrirà la sua testimonianza per la creazione dei materiali della campagna e la valutazione di "esportabilità" del concetto ad altri ambiti. Parteciperà al villaggio della Sostenibilità del progetto.
- 9 **Madeincarcere**, marchio della cooperativa sociale senza scopo di lucro Officina Creativa, che impegna 20 donne detenute nella produzione di borse ed accessori con materiale tessile di recupero. Il progetto offre una seconda opportunità a donne che si trovano al margine della società, offrendo loro formazione, lavoro, occasioni di reinserimento. Made in Carcere racconterà per mezzo delle sue lavoratrici storie di "seconda vita" che hanno consentito a loro di avviare un percorso di recupero e ai materiali tessili riciclati di tornare ad essere utili. Una testimonianza preziosa per la campagna del progetto, grazie alla quale i gruppi target delle persone povere e marginalizzate possono riconoscersi in un esempio di riscossa, partecipazione ad un progetto comune, attenzione all'ambiente, riconoscimento pubblico del valore dei più deboli. Parteciperà al villaggio della Sostenibilità del progetto.
- 10 **MOTUS-E** riunisce e rappresenta il mondo interessato al successo della mobilità elettrica. Ha l'obiettivo di analizzare gli ostacoli tecnologici, economici e normativi che rallentano la crescita del mercato della mobilità elettrica in Italia. MOTUS-E è nata con l'obiettivo di creare una piattaforma comune di dialogo tra tutti gli attori della filiera: dai gestori delle infrastrutture ai costruttori, dagli operatori del trasporto alle università, alle ONG. Motus-E contribuirà al progetto con i risultati della sua analisi, condivisione e presentazione delle proposte volte al superamento dei vincoli specifici che oggi rallentano la transizione. Aiuterà ad evidenziare gli ostacoli che più incidono sui gruppi target del progetto impedendo loro di adottare forme di mobilità sostenibile : anziani, poveri, persone poco istruite e poco avvezze alle tecnologie, persone affette da digital divide (che ad esempio impedisce loro di usare car sharing e car pooling, sempre basati su applicazioni web-based). Parteciperà agli eventi e al villaggio della Sostenibilità del progetto.

- 11 **Coordinamento FREE** - Coordinamento Fonti Rinnovabili ed Efficienza Energetica, è un'Associazione che raccoglie attualmente, in qualità di Soci, 24 Associazioni attive in tali settori, oltre ad un ampio ventaglio di Enti e Associazioni che hanno chiesto di aderire come sostenitori ed è pertanto la più grande Associazione del settore presente in Italia. Il Coordinamento FREE ha lo scopo di promuovere lo sviluppo delle rinnovabili e dell'efficienza energetica nel quadro di un modello sociale ed economico ambientalmente sostenibile, della decarbonizzazione dell'economia e del taglio delle emissioni climalteranti, avviando un'azione più coesa delle Associazioni e degli Enti che ne fanno parte anche nei confronti di tutte le Istituzioni. Coordinamento Free offrirà expertise specialistica nell'ambito dell'efficienza energetica e dell'energia verde per la campagna, aiutando ad individuare soluzioni "alla portata" di tutti, senza investimenti onerosi e di lungo ammortamento. Presenterà alcuni laboratori di sostenibilità che ha seguito, in ambito di rifiuti, energia e trasporti, nelle isole minori. Contribuirà ad individuare proposte per il sostegno specifico alle fasce deboli mediante interventi di incentivazione, informazione ed accompagnamento dedicati, a livello nazionale e locale.
- 12 **Istituto Nazionale di Studi su Agribusiness e Sostenibilità (INAS)**, è un Consorzio Interuniversitario tra le Università degli Studi di Firenze, di Napoli "Parthenope", di Verona, di Trento e della Basilicata. Centro di ricerca e di alta formazione nel campo dell'economia dei sistemi territoriali, del settore agroalimentare e dell'ambiente, scopo specifico dell'INAS è lo studio dei caratteri originali del territorio, delle attività agricole e delle industrie agroalimentari nazionali, e del mercato, in una prospettiva di sostenibilità e valorizzazione delle potenzialità. Referente della collaborazione per l'INAS è la prof.ssa Roberta Capitello (componente del consiglio scientifico, Università degli Studi di Verona). La collaborazione consentirà di avvalersi di materiale, studi e risultati di ricerca nel campo dell'alimentazione sostenibile. In particolare, saranno condivisi i risultati del progetto europeo era-net "Suschoice" che studia le scelte alimentari sostenibili in Europa, di cui è coordinatore scientifico la prof.ssa Capitello. Verrà definita la corretta metodologia di approccio ai consumatori in base a queste evidenze. Saranno rilasciate interviste come esperto o parteciperà come relatore ad un workshop nell'evento finale Villaggio della Sostenibilità.
- 13 **BioVerona** – "Bio Distretto della produzione e della comunità del biologico e dell'agro biodiversità di Verona, Valpolicella, Baldo, Garda, Lessinia", è un bio distretto nato nel 2019 che associa aziende agricole e trasformatori biologici operanti nell'area nord-ovest, nord e nord-est della provincia di Verona. I prodotti coinvolti sono principalmente uva, vino, frutta, ortaggi, olio, latte e formaggi. Hanno manifestato interesse verso il distretto anche alcuni comuni del distretto. È stato riconosciuto Distretto del Cibo dalla Regione Veneto. BioVerona contribuirà con la propria esperienza quale istituzione nata dai produttori, ma che coinvolge anche istituzioni di natura pubblica e cittadini, per diffondere la cultura della sostenibilità presso i consumatori a partire dal sistema agricolo e alimentare. Verrà illustrato l'impegno che si sta svolgendo in termini di informazione, formazione e promozione per accrescere la sensibilità al biologico, all'eco-sostenibilità e alla biodiversità ecologica e agro-alimentare presso i produttori e i consumatori in un'ottica di sviluppo sostenibile del territorio. BioVerona offrirà la propria testimonianza mettendo in rilievo i servizi necessari per i produttori, le azioni di promozione nelle comunità locali e l'impegno della filiera verso un prodotto alimentare di qualità sostenibile, accessibile ai consumatori. Parteciperà agli eventi e/o al villaggio della Sostenibilità del progetto.
- 14 **Poste Italiane** - Poste Italiane è la più grande realtà del comparto logistico in Italia ed è leader nei settori finanziario, assicurativo e dei servizi di pagamento. E' impegnata nella creazione di valore condiviso per la società e per i suoi stakeholder in termini di risposta ai bisogni e di contributo Poste Italiane contribuirà alla creazione di contenuti offrendo expertise in materia di alfabetizzazione digitale, con particolare riferimento all'e-commerce, alla sicurezza del conto corrente online e dei pagamenti in ambito digitale, alla prevenzione del furto di identità in rete, all'accesso online ai servizi della PA (SPID) ecc. Parteciperà agli eventi e/o al

allo sviluppo economico e socio-ambientale villaggio della Sostenibilità del progetto.
del Paese.

- 15 **AISEC - Associazione Italiana per lo Sviluppo dell'Economia Circolare**, è un'associazione non-profit costituita nel 2014 che ha l'obiettivo di promuovere, diffondere e applicare il concetto di Economia Circolare sia a livello nazionale che internazionale. A tal fine AISEC si propone come interlocutrice privilegiata nei confronti di realtà italiane ed estere già attive sull'Economia Circolare, fungendo da ponte e da attivatrice di relazioni. AISEC è fondata sui valori di competenza, impegno, integrità, inclusione, integrazione, condivisione, rispetto per l'individuo, per l'ambiente e per le comunità, rispetto per le diversità umane e ambientali. E' membro di ASVIS.
- Aisec supporterà, con la sua esperienza e la sua rete di contatti, le attività di relazione del progetto, favorendo l'incontro e la collaborazione con soggetti portatori di buone pratiche, soggetti attivi nei vari ambiti dell'economia circolare, realtà locali e settoriali. Parteciperà con i suoi esperti alla riflessione sulle barriere che impattano maggiormente sulle fasce deboli della società, contribuendo alla redazione del Dossier. Parteciperà agli eventi e/o al villaggio della Sostenibilità del progetto.
- 16 **Assotelecomunicazioni – ASSTEL. E'** l'Associazione di categoria che, nel sistema di Confindustria, rappresenta la filiera delle telecomunicazioni costituita dalle imprese delle diverse aree merceologiche che le appartengono, tra le quali le imprese che gestiscono reti di telecomunicazioni fisse e radio-mobili e servizi digitali accessori, i produttori ed i fornitori di terminali-utente, i produttori ed i fornitori di infrastrutture di rete, di apparati e di servizi software per le telecomunicazioni, i gestori di servizi e di infrastrutture di rete, anche esternalizzati, i gestori di servizi di Customer Relationship Management e di Business Process Outsourcing.
- ASSTEL offrirà conoscenze specialistiche nell'ambito del settore TLC; in base alle competenze disponibili in associazione, saranno oggetto del contributo associativo gli elementi informativi circa le carenze che il nostro Paese, a confronto con gli altri grandi paesi europei, mostra relativamente all'adozione delle nuove tecnologie, con particolare riguardo alle categorie di cittadini caratterizzate dal divario digitale più grave e le connesse carenze nelle competenze tecnologiche che rappresentano un limite nelle potenzialità di sviluppo culturale ed economico. ASSTEL offrirà un contributo di analisi e proposta utile nella redazione del Dossier e nella sensibilizzazione dei decisori istituzionali e politici, affinché si sviluppino l'offerta formativa necessaria ad avvicinare tutti i cittadini alle opportunità offerte dalla rete, si promuova pari partecipazione ed inclusione sociale in rete e si affermi la cultura dell'uso civile e responsabile di internet.

L'ANPCI - Associazione Nazionale Piccoli Comuni Italiani* ha espresso vivo apprezzamento per il progetto e le sue attività, ma non è stato possibile, per motivi legati alle tempistiche di deliberazione e formalizzazione, acquisire il formulario di adesione previsto dal Bando, firmato in originale dal legale rappresentante. Si segnala a scopo meramente informativo, nella consapevolezza della non validità a fini dell'attribuzione di punteggio, che l'ANPCI parteciperà alle attività progettuali svolgendo un ruolo di tramite per il raggiungimento dei comuni con le attività ed iniziative progettuali, un ruolo di promozione e disseminazione dei messaggi del progetto e di guida nell'individuazione degli ambiti e possibilità di intervento, così come delle best practices e dei soggetti istituzionali e non, attivi sul livello locale nella promozione della sostenibilità. Inoltre, l'ANPCI svolgerà un ruolo di facilitatore nel coinvolgimento dei competenti assessorati dei Comuni e dei Servizi Sociali territoriali, per la campagna di informazione, formazione e accompagnamento rivolta alle fasce vulnerabili della popolazione. Contribuirà con informazioni, dati ed expertise alla redazione del Dossier e parteciperà agli eventi progettuali.

*L'associazione rappresenta i Comuni con popolazione residente pari o inferiore ai 5000 abitanti ed è articolata sui livelli nazionale, regionale e provinciale. Nasce con l'obiettivo di svolgere azione di promozione e tutela delle autonomie e delle risorse locali e promuovere lo studio dei problemi che interessano direttamente gli enti locali, svolgendo anche attività di informazione degli enti stessi. Svolge numerosi progetti e iniziative anche negli ambiti toccati dal presente progetto.

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 2/2020.

L'attività formativa, di cui al punto 5 (attività 3) e alla voce E.2 del piano finanziario, sarà affidata ad un soggetto terzo, scelto tra enti di formazione accreditati e con staff altamente qualificato e con esperienza pluriennale nel settore della formazione sia in e-learning che in aula.

10. Sistemi di valutazione

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

Obiettivo specifico	Attività	Tipologia strumenti
Rilevare i comportamenti virtuosi adottati a seguito della partecipazione al progetto	Attività n. 5: incontri con gli anziani e creazione delle Green Community	Diario di ciascuna Green Community di anziani, dove saranno riportati i comportamenti virtuosi scelti e il numero di membri della community che li ha adottati.
Rilevare il miglioramento di atteggiamenti e competenze		Questionario di autovalutazione, somministrato a tutti i partecipanti.
Raggiungere le persone in condizione di povertà ed emarginazione con messaggi invitano a fare parte del cambiamento sociale ed economico avviato con l'Agenda 2030	Attività n. 4: avvio di sinergie e collaborazione con i servizi sociali territoriali. Attività n. 3: formazione dei responsabili territoriali delle sedi Adiconsum sul territorio nazionale e sostegno per lo svolgimento di campagne locali.	Questionario di gradimento dei moduli formativi, reso disponibile online. Scheda di segnalazione attività avviata a livello locale, resa disponibile online per gli operatori formati dal progetto.
Supportare le sedi locali e i servizi sociali territoriali con formazione, materiali e strumenti informativi	Adiconsum	

11. Attività di comunicazione

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

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia
- Comunicato stampa di lancio del progetto + web news e post sui Social di Adiconsum	Media tradizionali e media online, social networks	Visibilità e copertura mediatica sul livello nazionale e sul livello locale, con rilancio delle notizie sulle agenzie di stampa ed articoli/interviste	Rassegna stampa
- Comunicato stampa per il lancio di ciascuna Green Community di Anziani e/o web news e post sui Social di Adiconsum			

- **Comunicato stampa per l'evento Villaggio della Sostenibilità** + web news e post sui Social di Adiconsum

- **Invito rivolto ai Comuni e agli stakeholders presenti sul territorio** per un confronto sulle barriere allo sviluppo dell'economia circolare che incidono specificamente sui gruppi vulnerabili, le best practice e per la collaborazione nella campagna del progetto: invio di una lettera e di materiale promozionale, contatto da parte degli esperti del progetto.

- **Invito specifico agli assessorati alle politiche sociali, ai segretariati sociali e ai servizi sociali** sul territorio, per promuovere la campagna, offrire formazione dedicata agli operatori e materiale gratuito.

- **Invito alle associazioni professionali** degli assistenti sociali e degli operatori socio-assistenziali (OSA) per offrire formazione a distanza

- **Invio di una lettera di presentazione del progetto e invito a formare una Green Community**, rivolto a centri anziani e/o gruppi di pensionati, con offerta di formazione in ambito digitale e fornitura di un PC gratuito alla community.

Cartaceo, elettronica, telefonici

posta contatti
Visibilità del progetto, raccolta di adesioni da parte di comuni, servizi sociali, soggetti moltiplicatori, organizzazioni del terzo settore, istituzioni locali o settoriali

Raggiungimento di almeno 50 enti con l'offerta informativa/formativa del progetto

- Numero di soggetti raggiunti, numero di soggetti che esprimono apprezzamento e intendono partecipare alle attività
- Numero degli eventi che sono organizzati in collaborazione con questi soggetti
- numero di operatori che ricevono la formazione a distanza del progetto

Cartaceo, posta elettronica

Raggiungimento con il materiale promozionale di almeno 20 gruppi/centri.

Adesione formalizzata da parte di 5 gruppi/centri, con svolgimento incontri e percorso formativo. Ricezione del materiale gratuito da parte degli altri gruppi/centri.

Visibilità del progetto e visite sul suo sito Web da parte dei destinatari.

Numero di centri/gruppi contattati
Numero di centri/gruppi che esprimono interesse
Numero di Green Community che si formano

Sito web Adiconsum: sezione dedicata al progetto: descrizione del

www.adiconsum.it, che vanta oltre 1,5 milione di visitatori unici l'anno, in

Visibilità del progetto e delle sue iniziative/materiali/risultati,

- Statistiche Web con tecniche professionali

progetto, pubblicazione dei materiali, calendario degli eventi, reportages sui risultati, sugli eventi e le attività, presentazione delle best practice e delle testimonianze/attività relative al tema degli enti collaboratori esterni. Accesso alla FAD del progetto, materiali audiovisivi informativi e formativi (anche sui canali social di Adiconsum)

Evento villaggio della sostenibilità: reportage video per streaming e download. I momenti salienti dell'evento saranno ripresi e montati con immagini illustrative degli stand e delle attività che hanno avuto luogo nel villaggio, interviste ad ospiti e relatori, ecc.

Invio del Dossier "La sostenibilità anche per gli ultimi" ad una serie di stakeholders, in formato elettronico.

Allegati: n° 16 relativi alle collaborazioni (punto 8).

Roma, 07/09/2020

(Luogo e data)

ulteriore forte incremento possibilità per gli enti collaboratori esterni del progetto di dare visibilità alle proprie buone prassi, progetti, iniziative ecc.


Creazione di un punto di accesso alla FAD (formazione a distanza) per la fruizione anche in autonomia dei materiali e delle lezioni, sia dedicate ai responsabili territoriali Adiconsum che al personale dei servizi sociali dei comuni

- Promuovere e diffondere i risultati del progetto.
- Garantire visibilità all'impegno dei destinatari (Green Communities di anziani) e degli enti collaboratori esterni

- Numero di soggetti raggiunti, numero di relatori esterni intervenuti,
- numero di collaborazioni alla promozione dell'evento ottenute (es. pubblicazione sui siti web, comunicazioni agli associati ecc.)
- Pubblico presente all'evento

- Avvio di una riflessione condivisa fra decisori politici, ONG e imprese.
- Sensibilizzazione dei soggetti raggiunti al tema dell'inclusione sociale nella transizione all'economia circolare.
- Maggiore conoscenza delle barriere che ostacolano comportamenti responsabili nelle fasce deboli della popolazione.

Numero di soggetti che ricevono il Dossier
- Eventuali feedback ricevuti.


Il Legale Rappresentante

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

Progetto:	
Ente Proponente :	
In partenariato con:	

Allegato E - PIANO FINANZIARIO - Sezione 1 - Macrovoce di Spesa

Codice di Spesa	Descrizione Voce di Spesa	Importi	% su totale
A	Progettazione	€ 10 000,00	3,00%
B	Promozione, informazione, sensibilizzazione	€ 108 000,00	32,36%
C	Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto (max 10%)	€ 25 000,00	7,49%
D	Funzionamento e gestione del progetto	€ 167 750,00	50,26%
E	Affidamento attività a soggetti esterni delegati (max 30% del totale progetto)	€ 18 000,00	5,39%
F	Altre voci di costo	€ -00	0,00%
TOTALE SPESE DIRETTE DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F)		€ 328 750,00	

5%

10%

30%

G	Spese generali di funzionamento (max 10% totale progetto)	€ 5 000,00	1,50%
	TOTALE PROGETTO (A+B+C+D+E+F+G)	€ 333 750,00	
	<i>di cui progettazione totale (A.1+ E.1) max 5% del totale progetto *</i>	€ 10 000,00	3,00%
	% di cofinanziamento a carico Ente/i	25,00%	
TOTALE IMPORTO DEL COFINANZIAMENTO DELL'ENTE PROPONENTE		€ 83 437,50	
TOTALE IMPORTO DEL FINANZIAMENTO CONCESSO		€ 250 312,50	75,00%

10%

Roma, 07/09/2020


 Il Legale Rappresentante
 (Timbro e firma)



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

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