

MODELLO D

SCHEDA DI PROGETTO

(Carattere: Tahoma – Dimensione carattere: 10)

1a.- Titolo

We Like, We Share, We Change

1b - Durata

18 mesi

2 - Obiettivi generali¹

Devono essere indicati massimo n. 3 obiettivi, graduandoli in ordine di importanza 1 maggiore – 3 minore.

- Promuovere un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti **[1]**
- Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti **[2]**
- Promuovere società giuste, pacifiche ed inclusive **[3]**;

3 – Aree prioritarie di intervento²

Devono essere indicate massimo n. 3 aree prioritarie di intervento, graduandole da 1 a 3 in ordine di importanza: 1 maggiore – 3 minore.

- Sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani e all'interno delle scuole **[2]**
- Sviluppo e rafforzamento della cittadinanza attiva, della legalità e della corresponsabilità, anche attraverso la tutela e la valorizzazione dei beni comuni **[1]**

4- Linee di attività³

Attività di interesse generale, in coerenza con gli statuti dell'ente proponente

- a) interventi e servizi sociali ai sensi dell'articolo 1, commi 1 e 2, della legge 8 novembre 2000, n. 328, e successive modificazioni, e interventi, servizi e prestazioni di cui alla legge 5 febbraio 1992, n. 104, e alla legge 22 giugno 2016, n. 112, e successive modificazioni;
- b) interventi e prestazioni sanitarie;
- c) prestazioni socio-sanitarie di cui al decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 14 febbraio 2001, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 129 del 6 giugno 2001, e successive modificazioni;
- d) educazione, istruzione e formazione professionale, ai sensi della legge 28 marzo 2003, n. 53, e successive modificazioni, nonché le attività culturali di interesse sociale con finalità educativa;
- e) interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali, con esclusione dell'attività, esercitata abitualmente, di raccolta e riciclaggio dei rifiuti urbani, speciali e pericolosi;
- f) interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio, ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e successive modificazioni;
- g) formazione universitaria e post-universitaria;
- [* h) ricerca scientifica di particolare interesse sociale;
- i) organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura e della pratica del volontariato e delle attività di interesse generale di cui al presente articolo;
- j) radiodiffusione sonora a carattere comunitario, ai sensi dell'articolo 16, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni;

¹ Gli obiettivi individuati dall'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile (http://unric.org/it/images/Agenda_2030_ITA.pdf), i progetti e le iniziative da finanziare con le risorse del Fondo per l'anno 2017 dovranno concorrere al raggiungimento degli obiettivi generali, così come prescritto nell'Avviso 1/2017, paragrafo 2.1..

² Paragrafo 2.2. dell'Avviso 1/2017.

³ Ricomprese tra quelle di cui all'articolo 5 del d.lgs. 117/2017 di cui al paragrafo 2.3. dell'Avviso 1/2017.

- k) organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso;
- l) formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo scolastico e formativo, alla prevenzione del bullismo e al contrasto della povertà educativa;
- m) servizi strumentali ad enti del Terzo settore resi da enti composti in misura non inferiore al settanta per cento da enti del Terzo settore;
- n) cooperazione allo sviluppo, ai sensi della legge 11 agosto 2014, n. 125, e successive modificazioni;
- o) attività commerciali, produttive, di educazione e informazione, di promozione, di rappresentanza, di concessione in licenza di marchi di certificazione, svolte nell'ambito o a favore di filiere del commercio equo e solidale, da intendersi come un rapporto commerciale con un produttore operante in un'area economica svantaggiata, situata, di norma, in un Paese in via di sviluppo, sulla base di un accordo di lunga durata finalizzato a promuovere l'accesso del produttore al mercato e che preveda il pagamento di un prezzo equo, misure di sviluppo in favore del produttore e l'obbligo del produttore di garantire condizioni di lavoro sicure, nel rispetto delle normative nazionali ed internazionali, in modo da permettere ai lavoratori di condurre un'esistenza libera e dignitosa, e di rispettare i diritti sindacali, nonché di impegnarsi per il contrasto del lavoro infantile;
- p) servizi finalizzati all'inserimento o al reinserimento nel mercato del lavoro dei lavoratori e delle persone di cui all'articolo 2, comma 4, del decreto legislativo recante revisione della disciplina in materia di impresa sociale, di cui all'articolo 1, comma 2, lettera c), della legge 6 giugno 2016, n. 106;
- q) alloggio sociale, ai sensi del decreto del Ministero delle infrastrutture del 22 aprile 2008, e successive modificazioni, nonché ogni altra attività di carattere residenziale temporaneo diretta a soddisfare bisogni sociali, sanitari, culturali, formativi o lavorativi;
- r) accoglienza umanitaria ed integrazione sociale dei migranti;
- s) agricoltura sociale, ai sensi dell'articolo 2 della legge 18 agosto 2015, n. 141, e successive modificazioni;
- t) organizzazione e gestione di attività sportive dilettantistiche;
- u) beneficenza, sostegno a distanza, cessione gratuita di alimenti o prodotti di cui alla legge 19 agosto 2016, n. 166, e successive modificazioni, o erogazione di denaro, beni o servizi a sostegno di persone svantaggiate o di attività di interesse generale a norma del presente articolo;
- v) promozione della cultura della legalità, della pace tra i popoli, della nonviolenza e della difesa non armata;
- w) promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti delle attività di interesse generale di cui al presente articolo, promozione delle pari opportunità e delle iniziative di aiuto reciproco, incluse le banche dei tempi di cui all'articolo 27 della legge 8 marzo 2000, n. 53, e i gruppi di acquisto solidale di cui all'articolo 1, comma 266, della legge 24 dicembre 2007, n. 244;**
- x) cura di procedure di adozione internazionale ai sensi della legge 4 maggio 1983, n. 184;
- y) protezione civile ai sensi della legge 24 febbraio 1992, n. 225, e successive modificazioni;
- z) riqualificazione di beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata.

5 – Descrizione dell'iniziativa / progetto (Massimo due pagine)

Esporre sinteticamente:

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

Le attività del progetto saranno realizzate in **16** regioni: Piemonte (Torino e Cuneo), Liguria (Genova e Savona), Lombardia (Milano e Varese), Veneto (Rovigo), Emilia Romagna (Bologna), Toscana (Livorno e Massa), Umbria (Perugia e Bastia Umbra), Marche (Macerata), Abruzzo (L'Aquila), Lazio (Roma), Campania (Caserta), Basilicata (Matera), Puglia (Bari e Foggia), Calabria (Lamezia Terme), Sicilia (Caltanissetta) e Sardegna (Sassari). La comunicazione del progetto e la disseminazione sarà su tutto il territorio nazionale.

5.2. Esigenze e bisogni individuati e rilevati a livello delle singole regioni/territori

Dall'attività quotidiana di studio e dalla presenza territoriale dell'associazione (70 sportelli di informazione, consulenza e assistenza al consumatore) si evince che è necessario investire nella circolazione del sapere e nella conoscenza diffusa per incidere nei processi economici ed esercitare il proprio ruolo di cittadino attivo, ricostituendo fiducia nel sentirsi parte concorrente di un disegno comune di sviluppo duraturo e equo. Leggendo l'estratto del 51° rapporto del Censis (qualche dato: l'84% degli italiani non ha fiducia nei partiti politici, il 78% nel Governo, il 76% nel Parlamento, il 64% è convinto che la voce del cittadino non conta nulla) risulta evidente che ogni cittadino è chiamato ad un'assunzione di responsabilità per ridefinire il "patto sociale" che lega i cittadini al territorio. Da un'indagine commissionata dall'associazione scrivente alla società Field Service nell'ambito del progetto "We Like, Il Consumo che ci piace" per sondare il grado di consapevolezza dei consumatori, è emersa sia una sostanziale pigrizia dei cittadini a portare avanti nel tempo scelte di consumo responsabile e un'attenzione di quasi la metà degli intervistati solo alla qualità del prodotto e al suo prezzo, non riflettendo su considerazioni etiche. Dopo dieci anni di recessione, contrassegnati dal regredire del welfare pubblico, l'inasprirsi della pressione fiscale e dall'aumento della disoccupazione, soprattutto giovanile è oggi più che mai necessario rigenerare un nuovo contratto sociale fondato sulla giustizia sociale e sull'etica in cui i giovani possono svolgere la funzione innovativa che è loro più propria, promuovendo e dando vita a un nuovo modello economico meno finanziario e più valoriale.

5.3. Idea a fondamento della proposta progettuale, anche attraverso una breve ricostruzione di contesto e di realizzazione a livello regionale/locale

Il progetto "We Like, We Share, We Change" (*percorsi di educazione e informazione per un consumo sostenibile*) si colloca all'interno di un importante nuovo processo regolatorio nazionale e internazionale che apre a una sfida culturale tanto epocale quanto improcrastinabile per cittadini, stati nazioni e imprese ed associazioni della società civile. Cambiare modello di sviluppo per cercare di risolvere le contraddizioni che stiamo vivendo, come l'aumento della povertà o il degrado ambientale. La stessa recente **Riforma del Terzo Settore** sprona a le associazioni no profit a indirizzare le proprie attività a rispondere sempre più a quella esigenza 'costituente' di comunità includente e collaborativa in grado di riconnettere persone e valori, contribuendo a ridare una "cittadinanza" economica e sociale ai cittadini, a partire dall'esigibilità dei propri diritti e dalla lotta alle disegualianze. Come ricorda il prof. Stefano Zamagni, "il Terzo Settore del dopo Riforma, non può esimersi dal porre in cima ai propri compiti la rigenerazione della comunità". Parallelamente, a livello internazionale, con l'approvazione da parte delle Nazioni Unite dell'Agenda Globale 2030 per lo sviluppo sostenibile con i suoi conseguenti 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile, si è aggiornata e rafforzata la cornice degli obiettivi a medio periodo sia per le istituzioni che per le imprese, obiettivi già presenti nel DNA statutario di molte organizzazioni del terzo settore. Uno dei 17 Obiettivi dell'Agenda, il dodicesimo, che come associazione storica dei consumatori non possiamo non provare a cogliere è proprio dedicato a "**garantire modelli di produzione e di consumo sostenibile**", riconoscendo il ruolo del consumatore, come soggetto nevralgico di cambiamento degli attuali processi economici. Far diventare i consumatori per l'economia quello che gli elettori sono per le istituzioni elettive democratiche, ovvero attori corresponsabili e cittadini attivi.

Il progetto vuole fornire un contributo nella promozione concreta di modelli economici sostenibili e responsabili, favorendo un reciproco esercizio di responsabilità sociale, da parte di ogni singolo consumatore e di ogni singola azienda arrivando a contribuire alla declinazione in concreto, non solo della ben nota Responsabilità Sociale di Impresa, ma soprattutto allo sviluppo della Responsabilità Sociale di Consumo. Il target di riferimento del progetto saranno soprattutto i giovani, come agenti di cambiamento, ma anche gli adulti e le aziende.

Il punto di partenza saranno i contenuti del Manifesto del Consumatore Socialmente Responsabile, realizzato da Movimento Consumatori nell'ambito del progetto "We Like, Il consumo che ci piace".

E' previsto un **Percorso Interattivo Teatrale (mostra didattica animata) sui temi della responsabilità sociale di consumo** nelle scuole secondarie superiori.

Successivamente verranno realizzati **Laboratori Didattici** che dovranno produrre un output concreto e realizzato dai ragazzi, che confluirà in un **"Quaderno sulla responsabilità sociale di consumo - under 18"**. Per sensibilizzare i consumatori adulti verrà realizzato un **Percorso di Teatro Forum** sui "conflitti" generati dal proprio ruolo di consumatore nell'atto di scelta di consumo. Le proposte che emergeranno dal percorso confluiranno in un **"Video sul consumatore socialmente responsabile-over 18"**. Per stimolare le imprese e fornire maggiori informazioni ai consumatori, verrà realizzata una **Ricerca/Studio** sull'implementazione del D.Lgs.30 dicembre 2016 n. 254, sull'obbligo della comunicazione di informazioni di carattere non finanziario da parte delle grandi aziende e sulla possibilità di aderirvi volontariamente per quelle di minori dimensioni.

I dati e le informazioni che scaturiranno dalla ricerca confluiranno in una **Pubblicazione** che verrà presentata in un **Convegno finale**, a chiusura del progetto. I dati e le informazioni verranno divulgati tramite **Info-grafiche**, con un facile accesso da parte dei consumatori e far sì che questi ultimi possano indirizzare le proprie scelte di consumo in maniera sempre più consapevole, chiudendo così il percorso educativo iniziale. Gli obiettivi specifici del progetto sono: 1) stimolare i giovani alla consapevolezza dell'impatto dell'atto di consumo; 2) promuovere nei giovani la cultura della cittadinanza attiva e del volontariato; 3) stimolare giovani e adulti a modelli di consumo sostenibile; 4) promuovere la partecipazione dei cittadini nelle scelte politiche ed economiche; 5) acquisire proposte, soluzioni ed idee per l'attività quotidiana associativa; 6) valorizzare le buone pratiche delle aziende in un'ottica di crescita economica equa e sostenibile; 7) formare i dirigenti locali del soggetto proponente e del soggetto partner; 8) fornire informazioni agli stakeholder sui temi della responsabilità sociale d'impresa e di consumo, valorizzandone il nesso; 9) promuovere i temi della produzione e del consumo responsabile all'interno dell'offerta didattica; 10) sperimentare il modello di collaborazione tra MC e Cies per favorire la cultura della contaminazione delle competenze tra le associazioni; 11) definire un modello replicabile di analisi della comunicazione sociale delle aziende.

5.4. Metodologie

Indicare con una X la metodologia dell'intervento proposto, nella realizzazione di quanto indicato ai punti precedenti del paragrafo 5

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 del **Percorso Interattivo Teatrale** è innovativa in quanto è concepita in modo da assegnare un ruolo attivo ad ogni partecipante che viene messo in condizione, attraverso il meccanismo dell'immedesimazione di vivere la propria condizione di cittadino/consumatore nelle diverse fasi della scelta di consumo. Il **Percorso di Teatro Forum** è un metodo in cui si mette in scena una situazione conflittuale, stimolando la partecipazione attiva del pubblico nella ricerca di soluzioni a problemi e conflitti.

6 - Risultati attesi (Massimo due pagine)

Con riferimento agli obiettivi descritti al precedente paragrafo, indicare:

1. destinatari degli interventi (specificando tipologia, numero e fascia anagrafica, nonché modalità per la loro individuazione);

<i>Destinatari degli interventi (specificare)</i>	<i>Numero</i>	<i>Modalità di individuazione</i>
Giovani scuole secondarie superiori (13-18 anni)	16.000	Giovani partecipanti al Percorso Interattivo Teatrale selezionati all'interno delle scuole
Giovani (13-20 anni)	20.000	Giovani coinvolti tramite le attività di comunicazione e social network.
Cittadini adulti	1.000	Adulti partecipanti attivamente al Percorso di Teatro Forum selezionati all'interno delle associazioni territoriali
Cittadini adulti	20.000	Adulti coinvolti tramite le attività di comunicazione e social network.
Associazioni del terzo settore	60	Associazioni coinvolte nelle 16 regioni indicate, realtà con le quali il soggetto proponente e il soggetto partner già collaborano
Insegnanti	1300	Insegnanti coinvolti nel Percorso Interattivo Teatrale e nei Laboratori Didattici
Aziende	100	Aziende mappate dalla ricerca
Sedi territoriali MC	32	2 sedi/sportelli territoriali dell'associazione dove i ragazzi avranno la possibilità di fare un' esperienza associativa e di volontariato.
Dirigenti locali di MC e Cies	60	Dirigenti coinvolti negli organismi direttivi
Stakeholders istituzionali (istituzioni, associazioni d'impresa. Etc etc)	Almeno 100	Soggetti ai quali verranno presentati i dati della ricerca, selezionati sulla base dei settori merceologici indicati nel progetto

2. le ragioni per le quali le attività previste dovrebbero migliorarne la situazione;

Le attività del progetto "We Like, We Share, We Change", avendo un impatto circolare, ovvero giovani, adulti e aziende, per poter ritornare alla cittadinanza, possono contribuire a migliorare la relazione di fiducia tra aziende e cittadini, tra cittadini ed associazioni, fiducia che potrà essere ricostruita non tramite un approccio fideistico ma attraverso lo scambio di informazioni e di conoscenza, investendo nella trasparenza e nella correttezza delle informazioni, investendo nel ruolo attivo di ogni singolo soggetto.

Il Percorso Teatrale Interattivo vuole far prendere coscienza della complessità delle sfide economiche e sociali e permettere a ogni giovane, e in ricaduta alle famiglie, di fornire il suo contributo al cambiamento, anche modificando la quotidianità delle proprie scelte. Attraverso il Percorso del Teatro Forum, i partecipanti assumono il ruolo di protagonisti e sono chiamati a formulare soluzioni su vicende complesse, soluzioni che il soggetto proponente si impegna a valutare per farsene carico nella sua attività di rappresentanza degli interessi dei consumatori

La Ricerca/Studio vuole stimolare e premiare quelle aziende che investono nel capitale sociale e ne fanno terreno d'incontro con gli interessi dei consumatori. Veicolando le informazioni, ad esempio, sulle condizioni dei lavoratori come sull'impatto ambientale, su queste aziende si favorisce una premialità virtuosa in grado di incidere a livello sistemico.

Per affermare modelli di produzione e consumo più responsabili, occorre favorire condizioni di sostenibilità economica per le aziende e sensibilizzare i cittadini sulla riduzione degli sprechi.

3. risultati concreti (quantificare i dati inerenti a ciascuna azione da un punto di vista quali-quantitativo);

Dal punto di vista quantitativo, i dati inerenti ogni singola azione sono i seguenti, molti già indicati nel testo delle attività del progetto.

Percorso Teatrale Interattivo – 16.000 giovani coinvolti nel Percorso, 650 classi, 1300 docenti, 20.000 giovani, 160 giorni di esposizione della mostra, 48 giovani volontari attivati durante il percorso, 32 giovani

volontari presso le sedi di Movimento Consumatori, 1000 slogan sul consumo sostenibile, 1000 sulla vita associativa.

Laboratori didattici – 200 classi coinvolte, 400 docenti, 200 output di consumo collettivo.

Percorso di Teatro Forum – 900 cittadini, 30 associazioni territoriali coinvolti, 30 proposte/soluzioni.

Ricerca/Studio - 60 dirigenti formati, 100 aziende mappate, 20.000 cittadini informati, 1 format di analisi della comunicazione delle aziende.

4. *possibili effetti moltiplicatori (descrivere le possibilità di riproducibilità e di sviluppo dell'attività di riferimento e/o nel suo complesso).*

Ogni singola attività del progetto è stata definita in un'ottica di investimento e di riproducibilità a conclusione del progetto. Il Percorso Teatrale Interattivo, il Percorso del Teatro Forum verranno sperimentati ed utilizzati durante il progetto, per poi promuoverne una diffusione capillare e contribuire maggiormente a veicolare i contenuti e gli stimoli previsti. I contenuti del dossier pedagogico, tramite la realizzazione dei laboratori, possono entrare stabilmente nell'offerta didattica della scuola.

L'attività di Ricerca/Studio intende definire un format di analisi volontaria della comunicazione delle aziende per poi poter essere utilizzato dalle sedi territoriali dell'associazione e poterne così rafforzare l'incisività dell'interlocuzione con le aziende e la disseminazione tra i consumatori.

I contenuti del dossier pedagogico, tramite la realizzazione dei laboratori, possono entrare stabilmente nell'offerta didattica della scuola.

Il partenariato tra Movimento Consumatori e Cies vuole essere un modello di replicabilità, rappresentando l'efficacia della contaminazione delle competenze, dei contenuti e delle metodologie, essenziale per migliorare l'efficacia e l'efficienza delle azioni. Un partenariato ambizioso e durevole nel tempo per essere all'altezza della complessità delle sfide che anche il Terzo Settore è chiamato a cogliere.

7 – 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.

Il progetto **"We Like, We Share, We Change"** vuole fornire un contributo nella promozione concreta di modelli economici sostenibili e responsabili, favorendo un reciproco esercizio di responsabilità, da parte di ogni singolo consumatore e di ogni singola azienda. Vuole affrontare in maniera speculare il tema della responsabilità sociale delle imprese con quello della responsabilità sociale di consumo.

Il progetto è ambizioso e sono previste le seguenti attività: 1) Coordinamento Tecnico Scientifico; 2) Percorso Teatrale Interattivo; 3) Laboratori Didattici; 4) Percorso di Teatro Forum; 5) Ricerca/Studio; 6) Convegno finale; 7) Attività di comunicazione; 8) Attività di valutazione

La **prima attività**, per una efficace e coordinata realizzazione del progetto e, ancor prima, armonizzazione dei contenuti del progetto, sarà quella della costituzione di un **Coordinamento tecnico-scientifico**. Il Coordinamento tecnico-scientifico sarà composto dai responsabili di Movimento Consumatori e Cies Onlus, dai referenti individuati dai soggetti che hanno formalizzato la collaborazione a titolo gratuito (MOD. A2) e di volta in volta, sulla base delle necessità, si potrà avvalere di esperti del settore, sia sulle metodologie che sui contenuti specifici.

Per sensibilizzare i giovani consumatori, partendo dall' assunto che il sapere è il motore del cambiamento, partendo dai contenuti del Manifesto del Consumatore Socialmente Responsabile, realizzato da Movimento Consumatori nell'ambito del progetto "We Like, Il consumo che ci piace", si avvierà la **seconda attività**, il **Percorso Teatrale Interattivo** sui temi della responsabilità sociale di consumo.

Tale percorso teatrale interattivo è un viaggio concepito in modo da assegnare un ruolo attivo al visitatore che viene messo in condizione, attraverso il meccanismo del gioco di ruolo, di vivere la propria condizione di cittadino/consumatore nelle diverse fasi della scelta di consumo, dal momento dell'orientamento della scelta, all'acquisto, al reclamo o al decidere di associarsi con altri consumatori per ottenere ad esempio risarcimenti o indennizzi.

Il percorso teatrale interattivo sarà strutturato a labirinto e presenterà varie opzioni e vari esiti in seguito alla scelta d'acquisto di un prodotto. Il percorso sarebbe quindi costruito dal punto di vista del consumatore, che messo di fronte a delle scelte avrà modo di verificarne le conseguenze. Scelte che si ripercuotono su di lui (a breve e lungo termine) e su altre realtà del mondo in vario modo. All'interno del labirinto (caccia al tesoro) i visitatori saranno accolti e si troveranno ad interagire con attori/animatori, installazioni, video (ed eventuali postazioni internet per effettuare ricerche) per scoprire cosa c'è dietro ad alcuni prodotti afferenti alle categorie merceologiche vicine al target giovanile (prodotti alimentari, cellulari, cosmesi etc..). L'idea è quindi quella di far comprendere da dove vengono i prodotti che acquistiamo, che fine fanno quando li buttiamo e che tipo di impatto questa filiera ha sulla nostra vita (direttamente e indirettamente), sull'ambiente e sui lavoratori. L'obiettivo è anche quello di trovare soluzioni condivise e partecipate per sovvertire questo sistema di produzione.

I ragazzi entrano e si dividono in base alla scelta del prodotto che vogliono acquistare (prodotto agroalimentare, un cellulare, un prodotto di cosmesi)

La chiave principale dell'interattività del percorso consiste nell'animazione da parte di operatori e operatrici che, attraverso la tecnica del gioco di ruolo, impersonano la società dei consumi, suscitando nel visitatore un effetto di appartenenza o di estraneità, funzionale a poter effettuare la propria scelta di consumo.

Nello spazio finale dedicato alla rielaborazione del percorso, definita Piazza, una parte sarà dedicata alla creazione di uno **slogan** da parte dei ragazzi sul "consumo responsabile e sostenibile". Gli slogan filmati saranno inviati alle insegnanti di riferimento e condivisi sui social (da parte delle associazioni partner, della scuola e dei ragazzi stessi).

A conclusione del percorso, i ragazzi incontreranno un dirigente/esperto di Movimento Consumatori che proporrà loro, dopo una breve presentazione delle principali attività dell'associazione un coinvolgimento minimo nelle attività territoriali dell'associazione (attività di tutela, attività di disseminazione) per almeno 1 o 2 settimane di volontariato. Verrà messo a disposizione di tutti i ragazzi che hanno visitato la 'mostra' una scheda riepilogativa delle attività del progetto che rimanderà al sito internet per tutti gli approfondimenti.

Ogni ragazzo coinvolto, alla fine, elaborerà uno **slogan** sul **"perché associarsi"** che sarà filmato e condiviso sui social delle associazioni e su quelli dei ragazzi stessi che vi acconsentano.

I gruppi di animatori che saranno coinvolti nell'edizione territoriale di ciascun Percorso Teatrale interattivo, nei singoli territori interessati saranno costituiti in parte da educatori, esperti di teatro sociale e delle tematiche trattate (animatori Senior) e in parte da animatori junior sulla cui formazione sarà posta un'attenzione e energie particolari. Ogni squadra di animatori sarà affiancato da un gruppo di volontari principalmente di Arciragazzi per poter così sperimentare e diffondere la cultura del volontariato ed offrire ai giovani un'esperienza di comunità concreta.

Gli animatori sono fondamentali per la realizzazione del Percorso che si caratterizza proprio per la capacità di essere interattivo e "animato" e quindi di coinvolgere in maniera diretta e coinvolgente ciascun singolo visitatore.

Il percorso interattivo sarà costruito e implementato in tre diverse fasi:

Prima fase. Ideazione (2.1) del percorso con il supporto del Comitato tecnico-scientifico. Saranno definiti i contenuti nel dettaglio e la loro declinazione all'interno del percorso in termini di animazioni teatrali, video, installazioni ed eventuali scenografie.

Seconda fase. Formazione (2.2) ai formatori. Il direttore delle attività teatrali coadiuvato dal pedagogo e da un esperto di settore formerà un gruppo di 4 persone che a loro volta formeranno i gruppi di animatori nei vari territori dove sarà realizzato il percorso. Questa formazione sarà articolata in due momenti: una parte teorica introduttiva alla tematica e al tipo di attività e una seconda parte pratica: le 4 persone coinvolte parteciperanno alla formazione del primo gruppo di animatori a Roma (prima tappa territoriale del percorso) e saranno osservatori all'interno del primo percorso realizzato, in modo tale che poi siano in grado di replicare la formazione e il percorso nelle altre realtà territoriali.

Terza fase. Formazione (2.3) ai gruppi di animatori territoriali da parte dei 4 formatori (2 nelle Regioni del Nord Italia e 2 nelle Regioni del Sud Italia). La quarta fase prevede la formazione degli animatori volontari di Arciragazzi (2.4) tramite modalità webinar.

Quinta fase. La realizzazione del percorso. (2.5)

Il Percorso Teatrale interattivo verrà realizzato in 16 regioni, con un coinvolgimento medio di almeno 1.000 ragazzi per regione e una media di 10 giorni di esposizione della mostra per un totale di 16.000 ragazzi. Sono previste almeno 650 classi con 2 professori per ogni classe, quindi 1.300 professori.

Il percorso interattivo sarà allestito prevalentemente all'interno degli Istituti scolastici, scuole secondarie superiori o presso le sedi di amministrazioni comunali.

In ogni sede della mostra, sarà data la possibilità, assolutamente facoltativa, di 1 giornata di apertura all'esterno, alle famiglie e alla comunità di riferimento. Il Percorso Interattivo teatrale sarà realizzato/portato nelle seguenti regioni (comuni indicati nel punto 5.1) : Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Abruzzo, Lazio, Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna. Tali regioni sono state scelte in base all'effettiva possibilità per l'associazione scrivente ed il suo partner di attivare in tempi utili ai fini della realizzazione del presente progetto le proprie reti di Istituti scolastici, istituti con cui si è già collaborato magari da anni in svariate campagne di sensibilizzazione diverse (quali ad es. la lotta agli sprechi alimentari o idrici in campo familiare). Per la realizzazione di questa attività, gli aspetti metodologici e parte degli animatori sono messi a disposizione dell'associazione CIES Onlus che da oltre 30 anni si è specializzata in realizzazione di percorsi interattivi innovativi nelle scuole.

La sesta fase prevede il coinvolgimento dei giovani in un'esperienza di volontariato (2.6) presso le sedi di Movimento Consumatori.

La **terza attività** sono i **Laboratori Didattici**.

La prima fase sarà quella della **Individuazione classi** (3.1) per un numero minimo di 200 sulle 650 coinvolte nel Percorso Teatrale Interattivo, disponibili a "portare in classe" un laboratorio didattico sul tema della Responsabilità Sociale di Consumo, dove i ragazzi attraverso una capillare mappatura del proprio territorio selezionano aziende responsabili che praticano modelli di produzione sostenibili, condividono e scambiano informazioni su buone pratiche di consumo e decidono di assumere un singolo comportamento di consumo in maniera collettiva (es: merenda a scuola, consumo di tempo libero) coinvolgendo la propria comunità di riferimento, a partire dai propri compagni di classe e delle loro famiglie ed in linea con uno stile di vita e modelli di consumo sostenibili.

La seconda fase è quella della **Definizione del dossier pedagogico per gli insegnanti** (3.2).

Ogni classe avrà accesso ad un "dossier pedagogico" preparato da esperti con il contributo di un pedagogo. Nel dossier pedagogico si riprenderanno i contenuti del percorso teatrale interattivo. Il dossier sarà strutturato nei seguenti capitoli:

- 1 - *Obiettivi dei laboratori didattici*
- 2 - *Indicazioni pratiche (durata e fasi, materiale da utilizzare, etc)*
- 3 - *Riferimenti specifici al piano di studi (economia, geografia, letteratura italiana, etc.etc)*
- 4 - *Schede tematiche (settore agroalimentare, nuove tecnologie, settore cosmesi, altri temi individuati dai ragazzi)*

5 – *Competenze trasversali (collaborazione, comunicazione, strategie d'apprendimento, pensiero creativo, pensiero riflessivo e critico, capacità di "fare rete")*

6 – *Repertorio buone pratiche (esempi da cui prendere spunto)*

7. – *Info di autodifesa giuridica del quotidiano del consumatore responsabile.*

La terza fase è la **Realizzazione dei Laboratori** (3.3) che avranno una durata variabile compresa tra le **4** e le **6** ore a seconda della disponibilità del corpo docenti e dovranno produrre anche un output concreto realizzato dai ragazzi.

Nella quarta fase, ogni singolo "output" dei laboratori confluirà in un **"Quaderno sulla responsabilità sociale di consumo – under 18"**, (3.4) che verrà diffuso tramite i siti internet e i social network delle associazioni, istituzionali e dedicati. Le attività di laboratorio nelle scuole saranno realizzate nelle seguenti regioni: Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Abruzzo, Lazio, Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna. Tali regioni sono state scelte in quanto da anni vengono realizzate dal soggetto proponente attività nelle scuole. La realizzazione di questa attività sarà a cura di Movimento Consumatori con il contributo del pedagogista esperto dell'associazione CIES Onlus.

La **quarta attività** ha l'obiettivo di sensibilizzare i consumatori adulti e sarà realizzato uno specifico **Percorso di Teatro Forum** sui "conflitti" generati nella società dal proprio ruolo di consumatore nell'atto di una scelta di consumo. Un esempio molto attuale, può essere quello di come comporre il conflitto tra diritti dei consumatori e diritti dei lavoratori. Il Percorso di Teatro Forum è un metodo in cui si mette in scena una situazione conflittuale, forma di teatro sociale che stimola la partecipazione attiva del pubblico nella ricerca di soluzioni a problemi e conflitti.

Consiste essenzialmente nell'uso del linguaggio teatrale diffuso per avviare processi collettivi di cambiamento personale e sociale.

Nella prima fase vengono **definiti i contenuti del Teatro Forum** (4.1) le scene che vengono presentate in pubblico sono brevi e vengono recitate almeno due volte e hanno l'obiettivo di stimolare i partecipanti sui temi del consumo sostenibile o delle contraddizioni quotidiane (diritti dei lavoratori vs diritti dei consumatori). I contenuti delle scene verranno elaborati dal comitato tecnico-scientifico e da esperti del settore.

Nella seconda fase verrà curata in maniera attenta la **scelta della partecipanti o stakeholder** (4.2). Verranno attivate collaborazioni con amministrazioni comunali (ad esempio come quella del Comune di Campobasso) e con le realtà associative già aderenti al progetto (almeno 3 a replica). Le realtà territoriali di Movimento Consumatori e del Cies coinvolgeranno alla partecipazione esponenti dell'associazionismo ambientalista, del mondo sindacale e altri soggetti collettivi e non della società civile.

La terza fase è la **realizzazione del Percorso di Teatro Forum** (4.3), di seguito definita.

Durante la prima il pubblico scopre e identifica problemi ed errori. Poi il Jolly (un facilitatore di comunicazione) chiede agli spettatori se si può far evolvere la situazione. La scena riparte così un'altra volta e il pubblico può interromperla, quando gli sembra più opportuno, per proporre delle alternative, sostituendosi ad uno dei personaggi o creandone uno nuovo. Il pubblico scopre così quali sono le conseguenze di ogni nuova proposta. Dopo ogni intervento, il jolly pone delle domande al pubblico per stimolare la partecipazione e la ricerca di soluzioni. Alla fine dell'evento, il facilitatore riassume le alternative e le soluzioni che il pubblico ha considerato più pertinenti. Questo tipo di teatro, infine, ha come propri corollari la promozione della partecipazione e della cittadinanza attiva.

Il Percorso del teatro forum verrà realizzato in **11** tappe suddivise in **10** regioni. Ogni singola messa in scena avrà la durata di almeno **2** ore e sono previsti almeno **80** partecipanti per un totale all'incirca di **900** cittadini.

L'ultima replica verrà messa in scena durante il convegno finale, descritto di seguito.

Nella quarta fase le proposte che emergeranno dalle repliche del Percorso di Teatro Forum confluiranno in un **"Video sul consumatore socialmente responsabile-over 18"** (4.4) che sarà diffuso sui siti internet e sui social network istituzionali e dedicati. Le proposte saranno discusse e calendarizzate durante i lavori degli organismi direttive delle associazioni perché vengano valutate, approfondite ed eventualmente divenire linee di azione associativa.

Le attività del Percorso Teatro Forum saranno realizzate nelle seguenti regioni: Piemonte, Liguria, Lombardia, Emilia Romagna, Toscana, Umbria, Lazio, Campania, Puglia e Calabria. Per la realizzazione di questa attività, gli aspetti metodologici messi a disposizione dell'associazione CIES Onlus che da oltre 30 anni realizza percorsi nelle scuole così descritti.

La sfida della "responsabilità" attribuisce alle imprese un ruolo di attore sociale inedito quanto fondamentale per poter creare nuovi valori accanto a quello economico.

La **quinta attività** che verrà realizzata una **Ricerca/Studio** sull'implementazione del D.Lgs. 30 dicembre 2016 n. 254, sull'obbligo relativo alla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario da parte delle grandi imprese.

Il provvedimento prevede l'obbligo di presentare una dichiarazione individuale di carattere non finanziario per le imprese di interesse pubblico che abbiano avuto, in media, durante l'esercizio finanziario un numero di dipendenti superiore a 500 e, alla data di chiusura del bilancio, abbiano superato almeno uno dei due seguenti limiti dimensionali: a) totale dello stato patrimoniale: 20.000.000 di euro; b) totale dei ricavi netti delle vendite e delle prestazioni: 40.000.000 di euro.

Il Decreto prevede, inoltre, che anche tutte le altre imprese non sottoposte all'obbligo possano presentare una dichiarazione di carattere non finanziario in forma volontaria sugli ambiti inerenti i temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani, alla lotta contro la corruzione attiva e passiva, che sono ritenuti rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche dell'impresa.

La ricerca, progettata e realizzata con il contributo di soggetti terzi, seguirà principalmente il dettato normativo e verrà focalizzata non sulle imprese che avranno l'obbligo di rendicontazione ma su quelle imprese che possono decidere di attuarlo in forma volontaria.

Verrà impostata sui seguenti punti:

- a) *una breve descrizione del modello aziendale dell'impresa;*
- b) *una descrizione delle politiche applicate dall'impresa in merito ai predetti aspetti, comprese le procedure di dovuta diligenza applicate;*
- c) *il risultato di tali politiche;*
- d) *i principali rischi connessi a tali aspetti legati alle attività dell'impresa anche in riferimento, ove opportuno e proporzionato, ai suoi rapporti, prodotti e servizi commerciali che possono avere ripercussioni negative in tali ambiti, nonché le relative modalità di gestione adottate dall'impresa;*
- e) *gli indicatori fondamentali di prestazione di carattere non finanziario pertinenti per l'attività specifica dell'impresa.*

La prima fase della ricerca sarà l'organizzazione di un **seminario di formazione** (5.1) per i dirigenti locali delle due associazioni.

La seconda fase sarà quella della **selezione di 100 aziende** (settore agroalimentare, tessile, chimico e nuove tecnologie) (5.2). Nella terza fase, con il soggetto terzo, verranno **definiti gli strumenti** (5.3): ad esempio, interviste in profondità, somministrazione di questionari e griglie di analisi di documenti ufficiali.

I contenuti e gli obiettivi della ricerca saranno oggetto di confronto all'interno del Comitato Tecnico-Scientifico. Nella quarta fase le informazioni provenienti dalla **raccolta dei dati** (5.4) confluiranno in una Pubblicazione (5.5). La Pubblicazione sarà sia fruibile in formato cartaceo che in formato elettronico.

La **sesta attività** è il Convegno finale (6.1).

Il Convegno finale sarà il momento di restituzione istituzionale dei lavori emersi durante il Percorso Interattivo Teatrale e del Percorso di Teatro Forum. Verranno condivisi i contenuti del "Quaderno sulla responsabilità sociale di consumo – under 18" e "Video sul consumatore socialmente responsabile-over 18". A conclusione, è prevista l'ultima replica del Teatro Forum, appositamente rivista nei contenuti dopo l'analisi dei risultati emersi dalla ricerca. Saranno invitati al convegno finale soggetti istituzionali, tessuti associativi, una rappresentanza delle classi partecipanti ai lavori e delle associazioni coinvolte nel territorio.

La **settima attività**, la **Campagna di comunicazione** è trasversale a quelle precedenti e impatterà su tutte le fasi del progetto. All'interno della quale, come prima fase, saranno realizzati i seguenti strumenti: **logo del progetto, grafica coordinata, video di presentazione divulgativo, pagina facebook dedicata, profilo instagram dedicato** (7.1)

La seconda fase sarà destinata alla continua promozione delle attività e disseminare i contenuti del progetto su tutto il territorio nazionale, verranno realizzate in parallelo alle attività previste **3 mini campagne sui social**, ognuna per ogni macro-attività del progetto: percorso interattivo teatrale, percorso di teatro forum, ricerca sulla comunicazione volontaria delle aziende. I contenuti della pubblicazione saranno divulgati tramite info-grafiche per permettere un facile accesso dai parte dei consumatori e far sì che questi ultimi possano scegliere in maniera sempre più consapevole. Gli strumenti di comunicazione delle associazioni nazionali e delle articolazioni territoriali saranno utilizzati ed implementati dai contenuti del progetto, a partire dai siti internet, dai profili social istituzionali e dalle riviste associative. Saranno realizzate due uscite monografiche del periodico di Movimento Consumatori, Consumers' Magazine. (7.2)

Nella realizzazione del progetto verranno attivate partnership con reti formali ed informali con le quali Movimento Consumatori e Cies Onlus già collaborano, favorendo la circolazione dei contenuti e lo scambio sociale e la promozione della cittadinanza attiva.

L'**ottava attività**, trasversale al progetto, sarà la **valutazione dell'impatto del progetto** (8.1). Per la realizzarla valutazione in itinere, ci si avvarrà della competenza professionale di Human Foundation, soggetto specializzato nella valutazione dell'impatto dei risultati. La valutazione farà ricorso a metodi misti, quali/quantitativi (questionari, focus group, osservazione, interviste semi-strutturate), che, attraverso la triangolazione delle informazioni, consentono maggior solidità e rigore all'analisi.

8 – Cronogramma delle attività, redatto conformemente al modello seguente:

Attività di riferimento di cui al precedente paragrafo n. 7	Mesi (colorare le celle interessate)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.1 Costituzione Coordinamento tecnico scientifico																		
2.1 Individuazione Percorso Interattivo Teatrale																		
2.2 Formazione ai formatori																		
2.3 Formazione agli animatori																		
2.4 Formazione animatori volontari Arciragazzi																		
2.5 Realizzazione del Percorso Interattivo Teatrale																		
2.6 Coinvolgimento giovani esperienza volontariato																		
3.1 Individuazione classi laboratori didattici																		
3.2 Definizione dossier pedagogico per gli insegnanti																		
3.3 Realizzazione dei laboratori																		
3.4 Realizzazione Quaderno sulla responsabilità sociale di consumo – under 18																		
4.1 Individuazione contenuti Percorso del Teatro Forum																		
4.2 Scelta partecipanti e stakeholder																		

			Consumatori Cies Onlus			coordinamento
6	144	D	Movimento Consumatori Cies onlus	p.to e) fascia C	Collaboratore esterno	Funzionamento e gestione del progetto
7	14	D	Movimento Consumatori	p.to e) fascia B	Collaboratore esterno	Funzionamento e gestione del progetto
7	2	D	Movimento Consumatori Cies Onlus	p.to e) fascia A	Dipendente	Funzionamento e gestione del progetto

(1): "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".

(2) 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 (vedi nota n° 3 sotto riportata).

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

9 b. Volontari

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta (e) (1)	Ente di appartenenza	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	48	Supporto animatori Percorso Teatrale interattivo Codice D	ArciRagazzi	Funzionamento e gestione del progetto. Attività 2.4 del presente modello (assicurazione)

(1): "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".

10 – Collaborazioni

Descrivere eventuali collaborazioni con soggetti pubblici o privati operanti (cfr. § 6 dell'Avviso 1/2017), 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 § 6 dell'Avviso.

Il progetto **"We Like, We Share, We Change"** verrà realizzato avvalendosi delle seguenti collaborazioni: FairTrade Italia, Casa dei Diritti Sociali, AIAB, Arciragazzi e Assobioplastiche.

Movimento Consumatori e Cies Onlus sono soci del consorzio **FairTrade Italia**, marchio internazionale di certificazione etica. Gli obiettivi comuni sono inerenti la possibilità di promuovere modelli di produzione sostenibili, trasformando il commercio globale promuovendo condizioni di scambio più eque. FairTrade ha collaborato alla stesura del Manifesto del Consumatore socialmente responsabile, come citato nel precedente punto 5.3. FairTrade esprimerà un referente nel comitato tecnico scientifico, metterà a disposizione i propri strumenti di comunicazione per la diffusione del progetto e collaborerà attivamente nelle attività previste nella regione Veneto.

Casa dei Diritti Sociali, associazione di promozione dei diritti e advocacy, ha collaborato con Movimento Consumatori nella definizione di apposite progettualità destinate ai "nuovi cittadini", formalizzando attività di tutela del consumatore come forme imprescindibile di integrazione sociale, economica e culturale. Casa dei Diritti Sociali esprimerà un referente nel comitato tecnico scientifico, metterà a disposizione i propri

strumenti di comunicazione per la diffusione del progetto e collaborerà operativamente nelle attività previste nella regione Lazio.

AIAB, storica associazione di promozione sociale che promuove e qualifica il territorio attraverso il metodo dell'Agricoltura Biologica come modello di sviluppo sostenibile è partner di Movimento Consumatori su alcune grandi campagne di sensibilizzazione alla cittadinanza. Nell'ultimo anno le due realtà hanno collaborato alla buona riuscita della raccolta firme per Stop Glifosato, tramite l'**Iniziativa dei Cittadini Europei (ICE)**, strumento per chiedere che la Commissione europea proponga una legislazione in una delle materie di competenza dell'UE. AIAB esprimerà un referente nel comitato tecnico scientifico, metterà a disposizione i propri strumenti di comunicazione per la diffusione del progetto, collaborerà attivamente nelle attività previste nella regione Umbria.

Arciragazzi e Movimento Consumatori fanno parte entrambe della Federazione Arci e collaborano da anni in molti territori, a partire dalla Campania e dalla Lombardia su apposite progettualità.

Arciragazzi esprimerà un referente nel comitato tecnico scientifico, metterà a disposizione i propri strumenti di comunicazione per la diffusione del progetto, collaborerà attivamente nelle attività previste nelle scuole coinvolgendo la propria rete di ragazzi che saranno chiamati a svolgere attività di volontariato.

Assobioplastiche, fondata nel 2011 da produttori di bioplastiche, trasformatori, enti di ricerca, associazioni e gestori degli impianti di trattamento, metterà a disposizione le proprie competenze tecniche sulla biochimica all'interno del coordinamento tecnico-scientifico e nella diffusione dei contenuti del progetto, in particolar modo, della ricerca.

In extremis, ha formalizzato la collaborazione **l'amministrazione comunale di Campobasso**.

11 - Affidamento di specifiche attività a soggetti terzi (delegati)

Specificare quali attività come descritte al punto 3 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.

Il progetto prevede l'affidamento a terzi per due attività: la Ricerca/Studio e la Valutazione del progetto.

La Ricerca/Studio seguirà principalmente il dettato normativo e verrà focalizzata non sulle imprese che avranno l'obbligo di rendicontazione ma su quelle imprese che possono decidere di attuarlo in forma volontaria e verrà impostata sui seguenti punti, così come già indicato nel punto 7.

- una breve descrizione del modello aziendale dell'impresa;
- una descrizione delle politiche applicate dall'impresa in merito ai predetti aspetti, comprese le procedure di dovuta diligenza applicate;
- il risultato di tali politiche;
- i principali rischi connessi a tali aspetti legati alle attività dell'impresa anche in riferimento, ove opportuno e proporzionato, ai suoi rapporti, prodotti e servizi commerciali che possono avere ripercussioni negative in tali ambiti, nonché le relative modalità di gestione adottate dall'impresa;
- gli indicatori fondamentali di prestazione di carattere non finanziario pertinenti per l'attività specifica dell'impresa.

Il soggetto proponente individuerà un soggetto qualificato e seguirà le fasi operative di direzione e coordinamento.

La valutazione verrà affidata ad un soggetto terzo che imposterà il lavoro sulle seguenti direttrici, con la direzione e il coordinamento del soggetto proponente:

- Rilevanza - la misura in cui l'intervento ha risposto coerentemente alle priorità e obiettivi degli stakeholder primari;
- Efficacia/ Efficienza - capacità di raggiungere gli obiettivi di progetto, mettendo in relazione mezzi impiegati e obiettivi raggiunti;
- Processo - modalità di implementazione dell'intervento;
- Outcome - effetti di breve e medio termine generati dalle attività di progetto;

Gli strumenti utilizzati saranno questionari per i destinatari e questionari per il soggetto proponente, per il soggetto partner e per i soggetti che collaborano gratuitamente.

12. 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
Stimolare i giovani alla consapevolezza dell'impatto dell'atto di consumo	Percorso Interattivo Teatrale	Questionario destinatari
Promuovere nei giovani la cultura della cittadinanza attiva e del volontariato	Percorso Interattivo Teatrale Laboratori didattici	Questionario destinatari
Stimolare giovani e adulti a modelli di consumo sostenibile	Percorso Interattivo Teatrale Laboratori didattici Percorso di Teatro Forum Ricerca/Studio	Questionario destinatari Questionario soggetto partner Questionario soggetti che collaborano
Promuovere la partecipazione dei cittadini nelle	Percorso di Teatro Forum	Questionario destinatari
Acquisire proposte, soluzioni e idee per l'attività quotidiana associativa	Percorso di Teatro Forum	Questionario soggetto proponente
Valorizzare le buone pratiche delle aziende a sostegno di una crescita economica e sostenibile.	Ricerca/Studio	Questionario destinatari e questionario soggetto proponente
Aumentare la formazione dei dirigenti locali del soggetto proponente e del soggetto partner	Ricerca/Studio	Questionario soggetto proponente
Fornire informazioni agli stakeholder sui temi della responsabilità sociale d'impresa e responsabilità sociale di consumo, valorizzandone il nesso	Ricerca/Studio	Questionario destinatari e questionario soggetto proponente
Promuovere i temi della produzione e del consumo sostenibile all'interno dell'offerta didattica	Laboratori didattici	Questionario destinatari
Definire un modello replicabile di analisi della comunicazione sociale delle aziende	Ricerca/Studio	Questionario destinatari
Sperimentare il modello di collaborazione tra MC e Cies per favorire la cultura della	Percorso Interattivo Teatrale Laboratori didattici Percorso di Teatro Forum Ricerca/Studio	Questionario destinatari Questionario soggetto partner Questionario soggetti che collaborano

contaminazione delle competenze tra le associazioni		
---	--	--

13. Attività di comunicazione

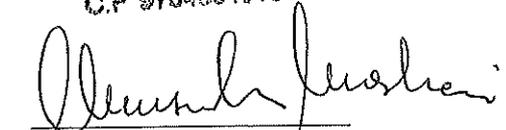
(Indicare, se previste, le attività di comunicazione del progetto)

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia
Logo e grafica coordinata	Grafica professionale	Kit grafico d'uso	Quantità di prodotti realizzati
Area dedicata sul sito istituzionale del soggetto proponente e del soggetto partner	Web e social	Diffusione online	Numero di contatti
Definizione dei profili social network istituzionali MC e Cies	Facebook e Instagram	Diffusione con il protagonismo dei giovani e degli adulti coinvolti	Numero di visualizzazione
Definizione profilo social progetto	Facebook e Instagram	Diffusione con il protagonismo dei giovani e degli adulti coinvolti	Numero di visualizzazioni
3 mini campagne social	Facebook e Instagram	Diffusione con il protagonismo dei giovani e degli adulti	Numero di visualizzazioni
2 Numeri Consumers magazine	Giornale stampato	Diffusione	Aumento tiratura copie
Infografiche pubblicazione	Sito internet e ppt	Diffusione e condivisione informazioni	Numero di download
Attività di ufficio stampa per tutta la durata del progetto	Media tradizionali	Diffusione a livello nazionale e locale	Quantità di uscite stampa

Allegati: n° 6 relativi alle collaborazioni (punto 10).

ROMA, 10/12/2017
(Luogo e data)

MOVIMENTO CONSUMATORI
Via Piemonte 39/A - 00187 Roma
C.F. 97048840154


Il Legale Rappresentante
(Timbro e firma)