



HUMAN™
FOUNDATION

We Like, We Share, We Change

REPORT DI VALUTAZIONE
FINALE



REPORT DI VALUTAZIONE FINALE

We Like, We Share, We Change

A cura di



Progetto realizzato da



Redatto da

Giulia Federici - *Evaluation Officer*
Elena Forgione - *Evaluation Officer*

con la supervisione scientifica e
gestionale di

Nicola Cabria - *Chief Operating Officer*

Human Foundation

Agosto 2020

SOMMARIO

1.	Il contesto.....	4
2.	Il Progetto We Like, We Share, We Change.....	7
3.	La valutazione del progetto We Like, We Share, We Change.....	9
	3.1. Obiettivi e domande di ricerca.....	10
	3.2. Oggetto della ricerca.....	11
	3.3. Metodologia di analisi.....	14
	3.4. Cronogramma delle attività di valutazione.....	17
4.	Analisi degli stakeholder.....	19
	4.1. Gli studenti.....	20
	4.2. I cittadini.....	23
	4.3. La rete territoriale.....	28
5.	La Teoria del Cambiamento di We Like, We Share, We Change.....	30
6.	Risultati della ricerca.....	35
	6.1. Gli studenti.....	36
	6.2. I cittadini.....	42
	6.3. La rete territoriale.....	52
7.	Conclusioni e raccomandazioni.....	57
8.	Bibliografia.....	61

1. IL CONTESTO

IL CONTESTO

In Italia, negli ultimi anni si è assistito ad un crescente interesse dei cittadini verso l'adozione di pratiche di consumo responsabile. Secondo il Rapporto sul Consumo sostenibile in Italia, realizzato da O.C.I.S. nel 2018, il 63,4% dei cittadini dichiara di adottare pratiche di consumo responsabile, di cui il 30,3% acquista beni e servizi da imprese che dichiarano di rispettare il divieto di sfruttare il lavoro minorile e che contengono al minimo l'inquinamento ambientale, il 37,3% acquista generi del commercio equo e solidale e il 51,7% adotta scelte di consumo energetico e producono pochi rifiuti.

Tale quadro positivo delle abitudini dei consumatori italiani è confermato anche dai dati raccolti nel sondaggio pubblicato da Oxfam e Federconsumatori nel 2019, nell'ambito della campagna "Al giusto prezzo". Nello specifico, la ricerca approfondisce il tema della sostenibilità dei prodotti, dello sfruttamento dei braccianti e degli operai agricoli, e di una conseguente propensione dei consumatori ad agire per operare un cambiamento nella filiera produttiva. Infatti, il 74,41% dei consumatori italiani risulta disposto ad acquistare un prodotto libero da dinamiche di sfruttamento dei lavoratori (indipendentemente dal prezzo) e attribuisce all'infiltrazione mafiosa (63,34% degli intervistati), al ruolo degli imprenditori agricoli (54,11%) e alla mancanza di controlli nelle aziende agricole (51,62%) le principali cause di condizionamento di un sistema diffuso di sfruttamento nelle campagne italiane (Oxfam, Federconsumatori, 2019).



Allo stesso tempo, tra i consumatori italiani (78,20%) emerge una sostanziale mancanza di informazioni relative alla conoscenza della catena di distribuzione dei prodotti e del giusto valore attribuibile a tutti gli attori coinvolti nella filiera. Viene quindi meno la capacità di una scelta responsabile nell'acquisto di prodotti che garantiscano la piena trasparenza sul rispetto dei diritti umani nelle filiere. In tal senso, la Legge di Bilancio 2020 prevede infatti di implementare le azioni volte alla sensibilizzazione dei cittadini investendo "in strategie di lungo periodo per l'educazione al consumo responsabile e la comprensione da parte dei cittadini del potere di mercato e di pressione che essi hanno sulle imprese". Inoltre, in linea con le politiche europee, il consumo responsabile risulta sempre più al centro dell'attenzione dei cittadini, in particolare, grazie all'obiettivo numero 12 dei *Sustainable Development Goals* (SDG) volto a "Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo" e a fornire le informazioni rilevanti per sviluppare una piena consapevolezza dello sviluppo sostenibile e di uno stile di vita equo.

IL CONTESTO

L'inserimento nell'Agenda 2030 di queste pratiche di consumo, ha accelerato il percorso di avvicinamento alla cultura del consumo dei cittadini italiani, soprattutto riguardo all'emergenza climatica e all'avvio di percorsi di innovazione e riconversione delle imprese affinché introducano la sostenibilità ambientale e sociale tra gli obiettivi aziendali (ASVIS, 2020). Seguendo quanto riportato negli SDG, il Manuale per l'Educazione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile – Obiettivi di apprendimento, pubblicato dall'Unesco nel 2017, sottolinea l'importanza della formazione sui temi della responsabilità sociale al consumo come l'elemento fondamentale atto a favorire il coinvolgimento attivo dei cittadini nella creazione di un mondo più sostenibile. L'educazione infatti consente ai consumatori di diventare agenti del cambiamento, in grado di “prendere decisioni informate e agire responsabilmente” grazie allo sviluppo di competenze sociali, culturali, economiche e ambientali che tengano conto sia della dimensione locale sia globale e che consentano di raggiungere un processo produttivo e di consumo equo e giusto (Unesco, 2017).

Per questi motivi, negli ultimi anni, molte organizzazioni e associazioni¹ si sono prodigate per diffondere maggiori informazioni rispetto ai problemi ambientali e sociali legati al consumo responsabile, coinvolgendo cittadini, giovani e aziende in progetti locali e nazionali, con l'obiettivo di promuovere un nuovo modello economico e di sviluppo sostenibile all'interno dei territori e, al contempo, stimolare le realtà imprenditoriali ad avviare dei percorsi di produzione responsabile.

¹ Negli ultimi anni, infatti, molti progetti sono stati svolti sensibilizzando la cittadinanza sulle diverse dimensioni che caratterizzano la cultura del consumo: Movimento Consumatori con il progetto “We like, Il consumo che ci piace”, a livello nazionale, ha coinvolto giovani studenti nello sviluppo di una startup sostenibile; ARPAV, in Veneto, con il progetto “Ribelli...per natura” ha formato i giovani attraverso la metodologia della *peer education* al senso di responsabilità e rispetto verso l'ambiente. Sul piano internazionale, Slow Food ha implementato il progetto “CE: Cultura, Patrimonio, Identità e Cibo”, all'interno del programma europeo Central Europe, al fine di migliorare le capacità degli attori locali pubblici e privati nella valorizzazione del patrimonio culturale immateriale gastronomico, integrando la sostenibilità economica, ambientale e sociale. Sul piano nazionale, invece, Cittadinanzattiva ha attivato il progetto SpreK.O., tuttora in fase di implementazione, con l'obiettivo di trasformare i cittadini in protagonisti nel processo di cambiamento e adottare nuove scelte e stili di vita fondati sul rispetto dell'ambiente, sull'economia circolare e modelli di sviluppo più sostenibili.

2. IL PROGETTO

We Like, We Share, We Change

WE LIKE, WE SHARE, WE CHANGE: Gli obiettivi*

I numeri dell'intervento

-  Attività in 16 regioni italiane
-  18 mesi
-  Scuole secondarie superiori, organizzazioni del Terzo Settore, aziende e sedi territoriali MC e CIES
-  16.000 studenti di 13-18 anni e 1.300 insegnanti
-  1.000 cittadini adulti coinvolti attivamente
-  60 dirigenti



Obiettivi specifici

- Fornire informazioni a giovani e adulti sui temi della responsabilità sociale al consumo sostenibile
- Stimolare giovani e adulti alla consapevolezza di modelli di consumo sostenibile
- Promuovere ai giovani e adulti la cultura della cittadinanza attiva e del volontariato
- Sperimentare il modello di collaborazione tra MC e CIES per favorire la cultura della contaminazione delle competenze tra le associazioni

3. LA VALUTAZIONE DEL PROGETTO **We Like, We Share, We Change**

3.1. OBIETTIVI E DOMANDE DI RICERCA

Human Foundation ha realizzato una valutazione **only-post**, adottando un approccio **theory based** (Weiss 1997) per comprendere quali bisogni e problemi sono stati individuati da We Like, We Share, We Change, quali obiettivi di miglioramento e quali processi sono stati ipotizzati per raggiungerli. Inoltre, la ricerca ha mirato a individuare i fattori abilitanti e disabilitanti di tale processo di cambiamento.

Obiettivo della valutazione è stato la comprensione e misurazione dell'impatto generato dal progetto We Like, We Share, We Change in termini di **aumento della sostenibilità dei consumi** per gli studenti e i cittadini, e di **rafforzata capacità di coordinamento e collaborazione** per la rete territoriale.

Le domande di ricerca valutativa a cui si è risposto erano le seguenti:

- L'intervento contribuisce allo sviluppo di una **responsabilità sociale al consumo sostenibile**?
- Come e in che misura l'intervento contribuisce ad **umentare la sostenibilità dei consumi**?
- Come e in che misura l'intervento contribuisce all'**incremento della capacità di fare rete dei servizi territoriali**?

Per raggiungere questi obiettivi, le domande di ricerca sono indagate attraverso i seguenti criteri:

Rilevanza

In che misura l'intervento intende rispondere coerentemente alle priorità e ai bisogni degli stakeholder coinvolti?

Efficacia

Quando e in che modo il progetto ha raggiunto i cambiamenti che intendeva generare?

Impatto

I cambiamenti vissuti dagli stakeholder sono attribuibili alle attività dell'intervento? Quali fattori hanno inciso, positivamente o negativamente, sul successo dell'intervento?

3.2. OGGETTO DELLA RICERCA: Output e Attività

La ricerca ha individuato il proprio oggetto di analisi nel progetto We Like, We Share, We Change incentrato sulla sensibilizzazione di giovani e adulti ai temi della responsabilità sociale al consumo sostenibile. Le attività* oggetto della valutazione del progetto We Like, We Share, We Change sono state:

Attività	Descrizione	Output
1. STUDENTI Percorso teatrale interattivo	<ul style="list-style-type: none"> Formazione ai formatori. Formazione di un gruppo di 4 persone che a loro volta formeranno i gruppi di animatori nei vari territori dove sarà realizzato il percorso. Formazione ai gruppi di animatori territoriali da parte dei 4 formatori. Formazione degli animatori volontari di Arciragazzi. Realizzazione del percorso all'interno degli Istituti scolastici, scuole secondarie superiori o presso le sedi di amministrazioni comunali. Coinvolgimento dei giovani in un'esperienza di volontariato presso le sedi di Movimento Consumatori. 	<p>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.</p>
2. CITTADINI: Percorso di teatro forum	<ul style="list-style-type: none"> Scelta dei partecipanti o stakeholder Realizzazione del Percorso di Teatro Forum in 11 tappe suddivise in 10 regioni. 	<p>900 cittadini, 30 associazioni territoriali coinvolti, 30 proposte/soluzioni, produzione di un video sul consumatore socialmente responsabile-over 18.</p>
3. RETE: Coordinamento	<p>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 e di volta in volta, sulla base delle necessità, si potrà avvalere di esperti del settore, sia sulle metodologie sia sui contenuti specifici.</p>	<p>Attivazione di collaborazioni con amministrazioni comunali e con le realtà associative. 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.</p>

3.2. OGGETTO DELLA RICERCA: Output e Attività

Di seguito si riportano sinteticamente i risultati a livello di output delle attività realizzate nel corso del progetto, ossia tra marzo 2019 e agosto 2020.

Attività	Note rispetto all'implementazione delle attività	Output raggiunti*
Percorso interattivo teatrale	<p>Le attività di formazione ai formatori e ai gruppi di animatori territoriali si sono svolte in tutti i territori oggetto dell'intervento nella prima fase di progetto. La formazione degli animatori volontari di Arciragazzi, invece, è stata implementata unicamente nel territorio di Genova.</p> <p>L'emergenza socio-sanitaria dovuta al COVID-19 e la conseguente interruzione della didattica, hanno impedito la realizzazione del percorso interattivo teatrale in tutte le scuole secondarie di secondo grado indicate dal progetto. Ad eccezione di tale situazione, nelle scuole in cui sono state svolte le attività, è stata registrata una grande partecipazione attiva degli studenti nella costruzione dello spettacolo e della mostra didattica sulle tematiche del consumo responsabile. Da questa attività, alcuni dei giovani coinvolti hanno proseguito il loro impegno nella sensibilizzazione sul consumo sostenibile divenendo volontari di MC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 11 percorsi realizzati su 16 • 48 giovani coinvolti in un'esperienza di volontariato presso sedi MC
Laboratori Didattici	<p>A causa dell'emergenza socio-sanitaria dovuta al COVID-19, è stato possibile sviluppare e pubblicare unicamente il Dossier Pedagogico, senza poter implementare le attività nelle classi. Il percorso dei laboratori didattici è stato successivamente rimodulato online e svolto dagli studenti da remoto, consentendo la realizzazione del "Quaderno sulla responsabilità sociale di consumo - under 18".</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Dossier pedagogico (Data di pubblicazione 27/02/2020) • 1 Quaderno sulla responsabilità sociale di consumo - under 18 - (Presentazione prevista per l'evento del Convegno Finale)
Teatro Forum	<p>Nei territori in cui l'intervento è stato realizzato, le associazioni partner hanno coinvolto attivamente sia le amministrazioni comunali sia altre organizzazioni territoriali nell'implementazione delle attività, in particolare nell'individuazione del luogo in cui allestire lo spettacolo. Rispetto ai questionari raccolti si è riscontrata una partecipazione maggiore per le tappe di Campobasso, Roma e Varese.</p> <p>Anche in questo caso, le attività si sono arretrate a seguito dell'emergenza socio-sanitaria dovuta al COVID-19, riprendendo successivamente in modalità online.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 7 tappe realizzate su 11 • 1 Video sul consumatore socialmente responsabile - over 18 (Data di pubblicazione 25/06/2020)

*Dati di monitoraggio interni al partenariato

3.2. OGGETTO DELLA RICERCA: Output e Attività

Attività	Note rispetto all'implementazione delle attività	Output raggiunti*
Ricerca studio	<p>Le attività di ricerca si sono concentrate sull'implementazione del D. lgs. n.254/2016 mantenendo una linea di analisi incentrata sul modello aziendale dell'impresa e le politiche da essa impiegate. Le aziende individuate operano nei settori agroalimentare, tessile, chimico e nuove tecnologie e sono state coinvolte nell'analisi tramite un questionario di autovalutazione. Secondo il documento di progetto, lo studio prevedeva il coinvolgimento di 100 aziende (PMI) che, non avendo obblighi di legge, facessero anche rendicontazione non finanziaria. Da un lato, l'assenza di database tramite i quali accedere ad un elenco completo di imprese che potesse appartenere al nostro universo statistico di riferimento e, dall'altro, l'assenza di misurazioni e mappature ufficiali relative a rendicontazioni non finanziarie di PMI, dei settori indicati, non obbligate da legge hanno inciso sul coinvolgimento delle aziende nella ricerca, arrivando ad un risultato finale di 94 aziende.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 94 su 100 aziende contattate dislocate in 16 regioni ● Presentazione dei risultati della ricerca durante il Convegno finale
Convegno finale	<p>In seguito alle disposizioni di sicurezza varate per contrastare la diffusione del COVID-19, le attività del Convegno finale sono state posticipate ad ottobre 2020 e saranno realizzate online.</p> <p>Il convegno rappresenterà 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**.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 1 convegno finale (non ancora realizzato alla data di valutazione)

*Dati di monitoraggio interni al partenariato

**Dal Documento di progetto

3.3. METODOLOGIA DI ANALISI: metodi misti e Teoria del Cambiamento

La valutazione si è basata sull'utilizzo di **metodi misti** (*mixed method*), privilegiando un approccio **quantitativo**, integrato da un'analisi **qualitativa**, avvalendosi sia di **fonti primarie** con il coinvolgimento diretto degli stakeholder attraverso la raccolta delle loro esperienze, sia di **fonti secondarie**, ovvero dati ottenuti dallo studio dei documenti del progetto e dalla *literature review* di settore. Tale metodologia ha permesso di comprendere e approfondire i diversi ambiti del progetto sopra elencati evidenziando i rispettivi punti di forza, al fine di ottenere una comprensione più profonda dell'intervento studiato (Creswell & Plano Clark, 2011).

Inoltre, la valutazione si è basata sulla **Teoria del Cambiamento** (*Theory of Change - TOC*), ovvero la descrizione della sequenza di eventi necessaria al raggiungimento del cambiamento desiderato. La Teoria del Cambiamento è una metodologia fondamentale nel campo della valutazione in quanto consente di costruire un framework valutativo capace di rendere conto della complessità dei cambiamenti vissuti dagli stakeholder in relazione alle attività del progetto, ponendo l'attenzione sul come e perché l'intervento sia risultato efficace. Essa infatti consente di unire in una catena di connessioni causali risorse (*input*), risultati (*output*), e cambiamenti (*outcome*) così da ipotizzare il modo in cui We Like, We Share, We Change ha avuto un impatto sui beneficiari e quali sono stati gli outcome generati dal progetto che hanno portato al raggiungimento dell'obiettivo generale per i diversi stakeholder coinvolti.

Analisi quantitativa

- **Obiettivo:** misurare e analizzare gli outcome generati dal progetto.
- **Come è stata usata:** per descrivere gli stakeholder coinvolti e comprendere il contesto, l'efficacia e l'impatto dell'intervento.
- **Tecniche adottate:** tecniche statistiche descrittive (es., analisi delle medie, delle frequenze).

Analisi qualitativa

- **Obiettivo:** descrivere e comprendere più in profondità gli outcome generati dal progetto.
- **Come è stata usata:** per comprendere i cambiamenti vissuti dagli stakeholder.
- **Tecniche adottate:** analisi bibliografica, analisi tematica delle interviste.

Teoria del Cambiamento

- **Obiettivo:** mappare gli outcome che l'intervento intende generare, gli indicatori, i fattori abilitanti e le ipotesi.
- **Come è stata usata:** costruire un framework valutativo capace di rendere conto della complessità degli stakeholder coinvolti e delle attività del progetto.

3.3. METODOLOGIA DI ANALISI: gli strumenti di rilevazione

Coerentemente alle metodologie adottate, si sono coinvolti gli stakeholder di We like, We Share, We Change con diversi strumenti di rilevazione diretta. Nella prima fase di ricerca, sono stati identificati e definiti degli indicatori di misurazione degli outcome mappati per i tre beneficiari del progetto, studenti, cittadini e rete territoriale. Successivamente sono stati strutturati i diversi **strumenti di rilevazione:**

- **Questionari self-report** somministrati agli studenti e ai cittadini, basati su una scala Likert a 4 punti².
- **Interviste semi-strutturate** somministrate ai referenti della rete territoriale, basate su quattro dimensioni di indagine: 1. contesto di riferimento, 2. genesi del progetto e del partenariato MC e CIES, 3. Attività del progetto e della rete territoriale, 4. Cambiamento e impatto generati dal progetto.

Questionario self-reported

- **Cosa è:** insieme strutturato di domande e opzioni di risposta dove all'intervistato viene richiesto di individuare la risposta che più si avvicina alla propria posizione (Zammuner, 1996).

- **Come è stato usato:** raccogliere informazioni standardizzate utili alla misurazione del cambiamento generato.

Intervista semi-strutturata

- **Cosa è:** griglia di temi e domande da porre all'intervistato, con grandi spazi di adattabilità al contesto e alle tematiche che emergono durante l'intervista stessa (Corbetta, 1999; Atkinson, 2002).

- **Come è stata usata:** cogliere la rilevanza e la significatività dei cambiamenti per gli stakeholder e comprendere il processo di implementazione del progetto.

²Le risposte alle domande utilizzate per misurare gli indicatori di outcome, erano le seguenti: Per niente 1; Poco 2; Abbastanza 3; Molto 4. A queste, è stata aggiunta l'opzione "Non saprei", al fine di garantire un più ampio margine di risposta che comprendesse anche la possibilità di non saper dare una propria valutazione su quanto richiesto.

3.3. METODOLOGIA DI ANALISI: gli strumenti e la raccolta dati

OBIETTIVO	STRUMENTO	QUANTITÀ	DATI	MODALITÀ DI RILEVAZIONE	QUANDO
1. Aumento della sostenibilità dei consumi	Questionario per gli studenti	755 questionari raccolti	<ul style="list-style-type: none"> • Dati anagrafici • Dati sugli outcome da misurare • Dati sull'impatto delle attività 	Online https://it.surveymonkey.com/r/welikechange	Marzo 2019 - febbraio 2020 a cura di Human Foundation
2. Aumento della sostenibilità dei consumi	Questionario per i cittadini	109 questionari raccolti	<ul style="list-style-type: none"> • Dati anagrafici • Dati sugli outcome da misurare • Dati sull'impatto delle attività 	Online https://it.surveymonkey.com/r/CittadiniWeLike	Maggio - giugno 2020 a cura di Human Foundation
3. Rafforzata capacità di fare rete dei servizi territoriali	Interviste ai referenti della rete territoriale	3 interviste semi-strutturate	<ul style="list-style-type: none"> • Dati sul contesto di riferimento • Dati sulle modalità di svolgimento delle attività • Dati sui cambiamenti generati dal percorso 	Telefonica e/o online tramite (GoToMeeting, Skype, Microsoft Teams, Google Meet)	Maggio - giugno 2020 a cura di Human Foundation

3.4. CRONOGRAMMA DELLE ATTIVITÀ DI VALUTAZIONE

Di seguito una descrizione degli strumenti di rilevazione dei dati utilizzati per la valutazione del Progetto We Like, We Share, We Change e della programmazione dell'attività di valutazione:

Studenti

Agli studenti partecipanti al Percorso Teatrale Interattivo è stato somministrato un questionario funzionale alla raccolta di informazioni anagrafiche e sugli impatti del progetto. Il questionario è suddiviso in due parti: la prima parte è composta da un set di domande anagrafiche circa il genere, l'età, la residenza e item utili ad inquadrare le abitudini di consumo dei partecipanti. La seconda parte indaga specifiche dimensioni di *outcome* individuate attraverso la strutturazione della Teoria del Cambiamento: Aumento della conoscenze e della consapevolezza sulle tematiche del consumo sostenibile e responsabile. La raccolta dati è avvenuta da marzo 2019, in concomitanza con la partenza dell'attività, a febbraio 2020.

Cittadini

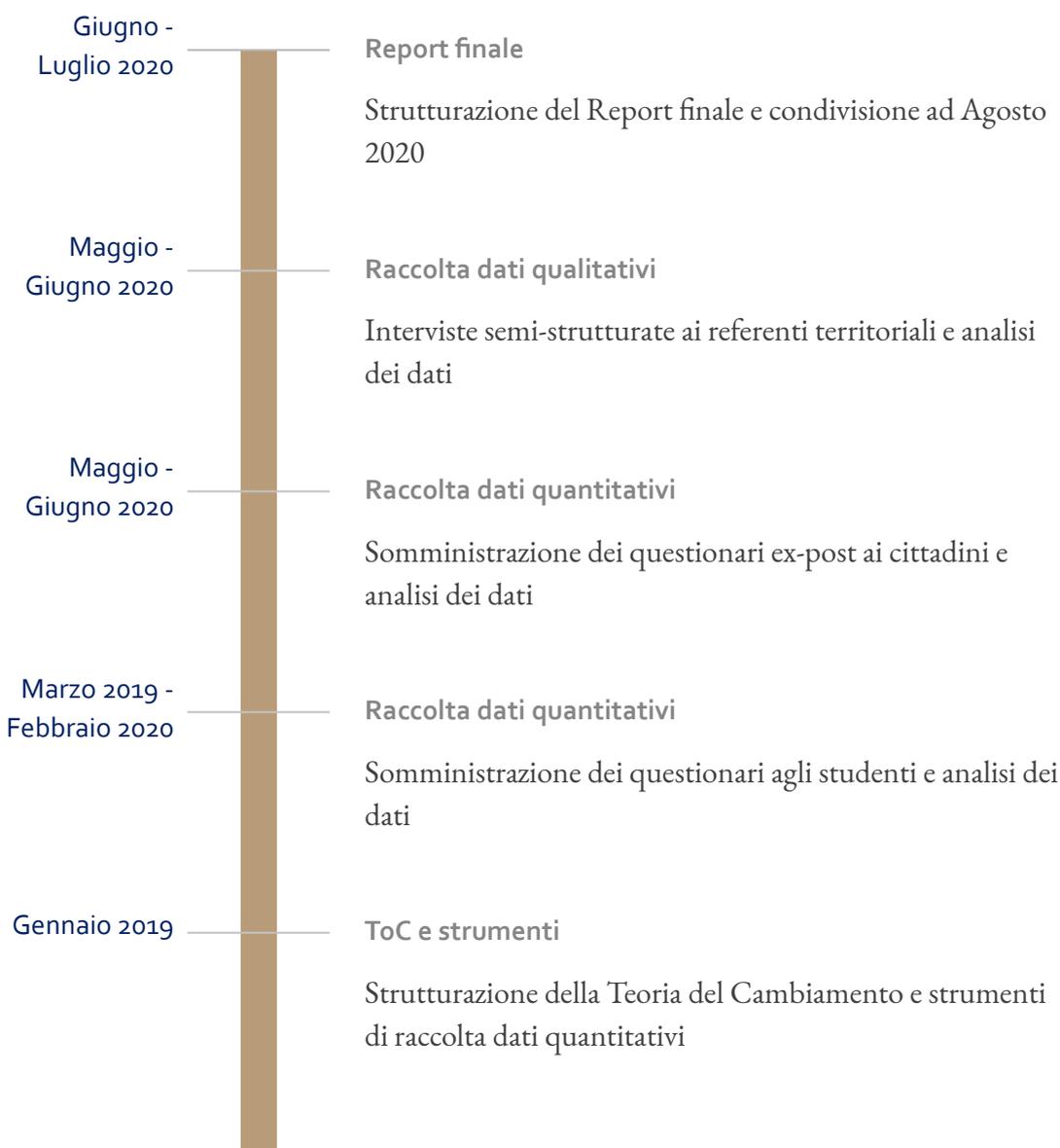
Ai cittadini partecipanti al Teatro Forum è stato somministrato un questionario ex-post funzionale alla raccolta di informazioni anagrafiche e sugli impatti del progetto. Il questionario è suddiviso in due parti: la prima è composta da un set di domande anagrafiche e item relativi alla partecipazione ad attività sul consumo sostenibile precedenti al progetto. La seconda parte indaga specifiche dimensioni di *outcome* individuate attraverso la strutturazione della Teoria del Cambiamento: Aumento delle conoscenze, della sensibilità e della consapevolezza sulle tematiche del consumo sostenibile e responsabile. La somministrazione dei questionari ai cittadini partecipanti è avvenuta nei mesi di maggio e giugno 2020.

Rete territoriale

Sono state condotte delle interviste semi-strutturate a 3 referenti territoriali, strumento proprio dell'analisi qualitativa, composto da una griglia di temi e domande da porre all'intervistato che offre grandi margini di adattabilità al contesto e alle tematiche che emergono nel corso dell'intervista. Questo strumento è funzionale alla raccolta di informazioni sui contesti territoriali del progetto, per comprendere il processo di implementazione dell'intervento e cogliere rilevanza e significatività degli *outcome* per gli stakeholder. La raccolta dati qualitativa è stata condotta nei mesi di maggio e giugno 2020 per indagare la dimensione della rete e l'*outcome* individuato "Rafforzata capacità di fare rete dei servizi territoriali".

3.4. CRONOGRAMMA DELLE ATTIVITÀ DI VALUTAZIONE

Di seguito uno schema riassuntivo della programmazione delle attività di valutazione:



A causa dell'emergenza sanitaria dovuta al COVID-19 non è stato possibile effettuare ulteriori rilevazioni, ad esempio nel caso della raccolta dati qualitativa.

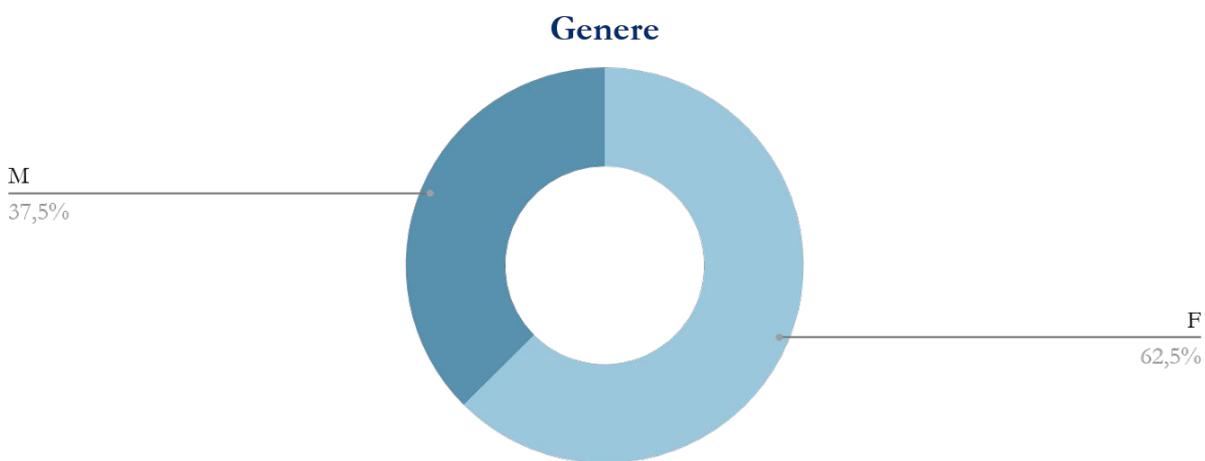
Tra le attività oggetto di valutazione vi erano anche i Laboratori Didattici nelle scuole che, a causa dell'emergenza sanitaria e dell'interruzione della didattica, non sono stati implementati e non è stato possibile effettuare la valutazione o un'ulteriore raccolta dati.

4. ANALISI DEGLI STAKEHOLDER

4.1. PROFILAZIONE DELLA POPOLAZIONE RAGGIUNTA: Gli studenti

Al fine di ottenere una fotografia del profilo degli studenti che hanno partecipato alle attività del Progetto We Like, We Share, We Change è stata condotta un'analisi statistica di tipo descrittiva, prendendo in considerazione i dati ottenuti dai questionari somministrati agli studenti.

Su un campione totale di 755 studenti, il 62,5% è di genere femminile, mentre il 37,5% è di genere maschile, dati che mostrano una moderata disomogeneità del campione rispetto al genere.



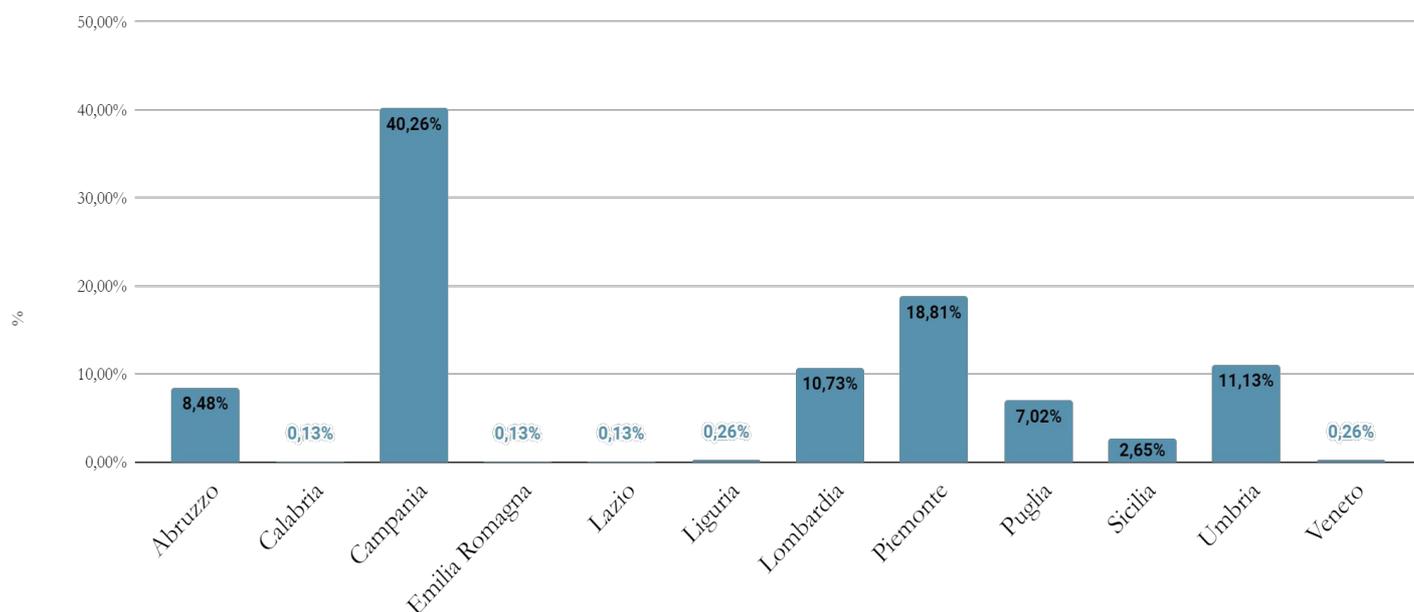
Per quanto riguarda l'età, il range totale varia dai 13 ai 18 anni, con un'incidenza maggiore di studenti di 15 anni (24,1%) e un numero inferiore di giovani di 13 anni (9,2%). La fascia di età 16-18 anni risulta invece distribuita in modo omogeneo.



4.1. Gli studenti

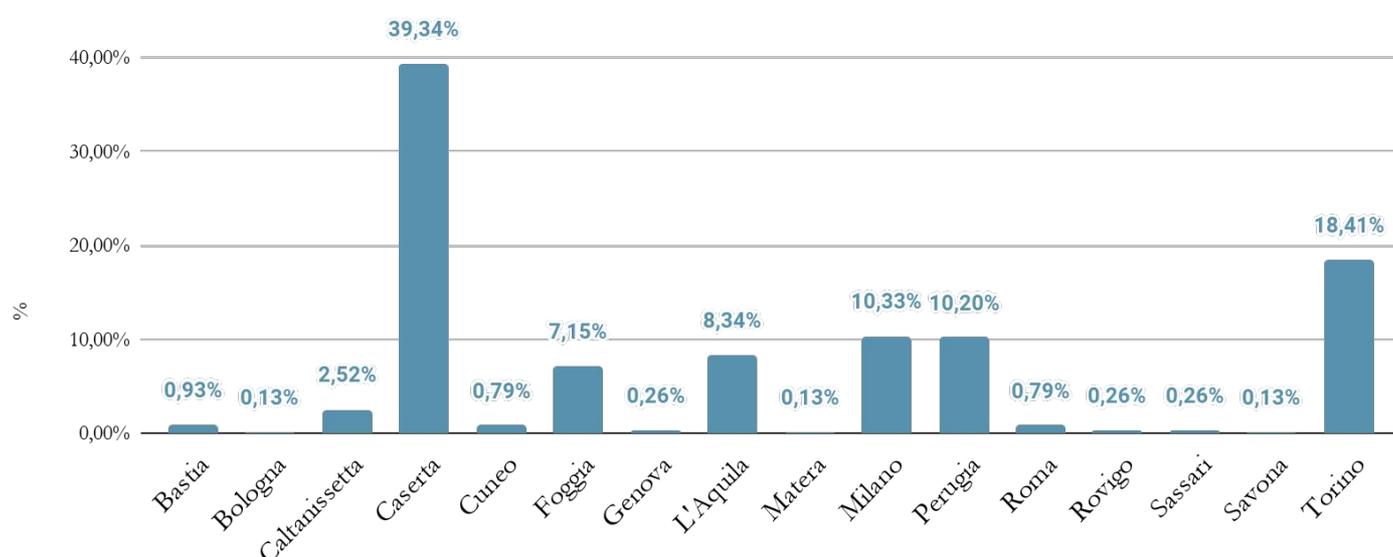
Considerando le regioni di residenza, la distribuzione territoriale del campione è maggiormente concentrata nelle regioni Campania (40,2%) e Piemonte (18,8%).

Regione di residenza



La maggioranza degli studenti che ha risposto al questionario è residente a Caserta. In linea con quanto emerso dalle interviste ai referenti territoriali, le attività implementate in Campania hanno avuto un alto tasso di partecipazione, essendo presente anche una delle scuole partecipanti al progetto con il numero più alto di studenti.

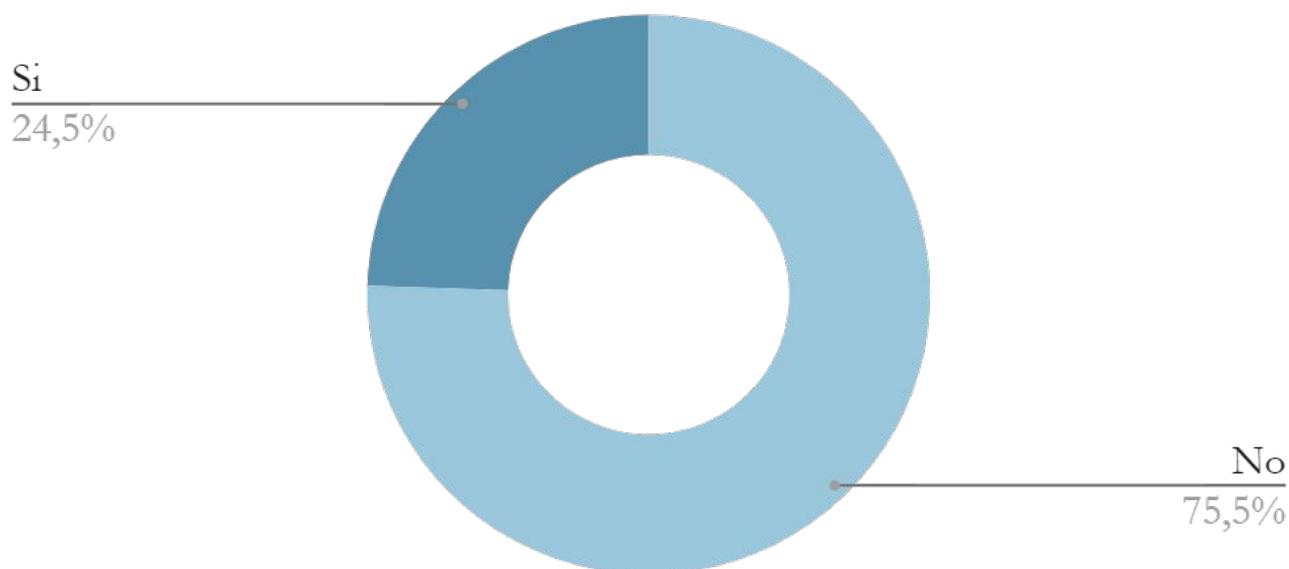
Città di residenza



4.1. Gli studenti

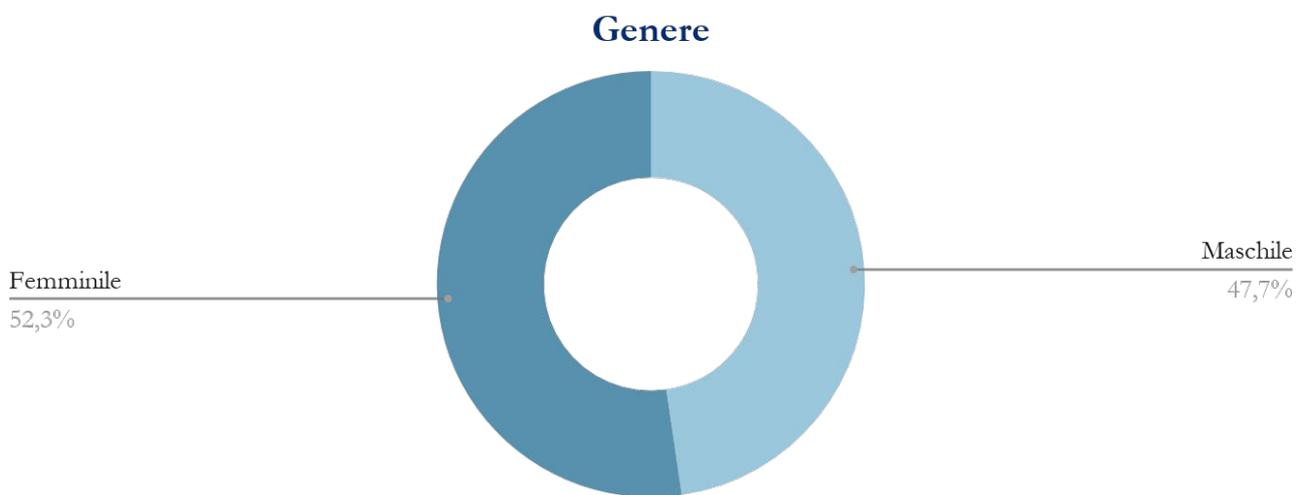
Il 75,5% degli studenti dichiara di non aver mai preso parte ad attività e iniziative sul consumo critico prima dell'attività del Percorso Teatrale Interattivo del Progetto We Like, We Share, We Change.

In precedenza, ti era già capitato di prendere parte ad attività/iniziative sul consumo critico?

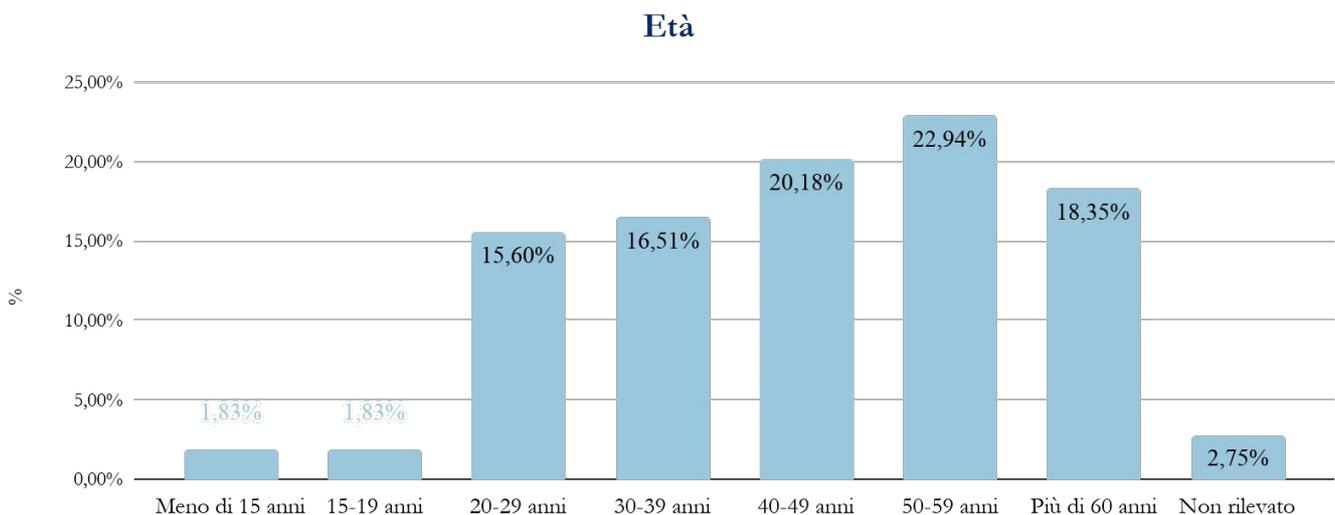


4.2. PROFILAZIONE DELLA POPOLAZIONE RAGGIUNTA: I cittadini

Per la profilazione dei cittadini che hanno partecipato alle attività del Progetto We Like, We Share, We Change, attraverso la somministrazione dei questionari ex-post sono state raccolte informazioni anagrafiche, formative e lavorative. Su un totale di 109 questionari raccolti, i dati riportati nei questionari, mostrano un campione omogeneamente distribuito per genere, sebbene il numero delle femmine (52%) sia leggermente superiore al numero dei maschi (47%).



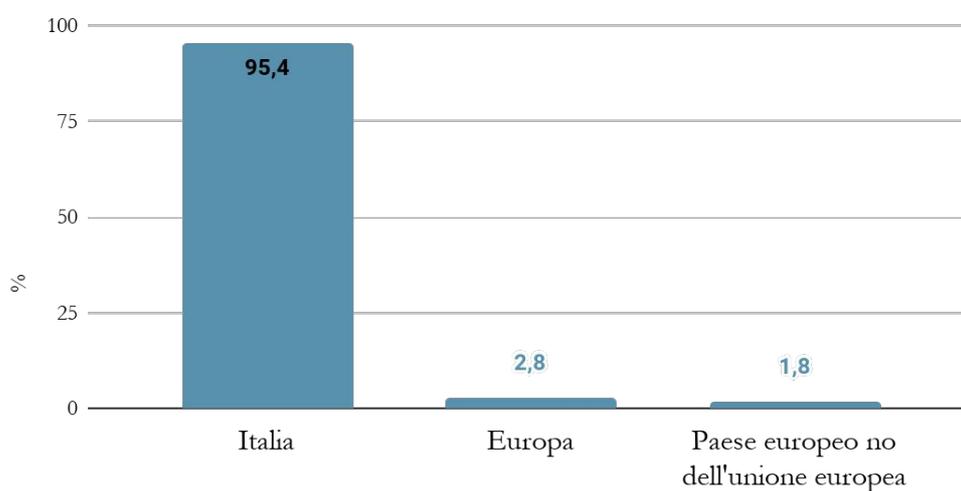
Per quanto riguarda l'età, il range totale varia dai 12 ai 77 anni. Ai fini dell'analisi sono state costruite delle classi di età. Considerando che l'attività di Teatro Forum era prevista per cittadini con età superiore ai 18 anni, il campione si presenta omogeneo con una percentuale superiore di cittadini aventi un'età compresa tra i 50 e i 59 anni.



4.2. I cittadini

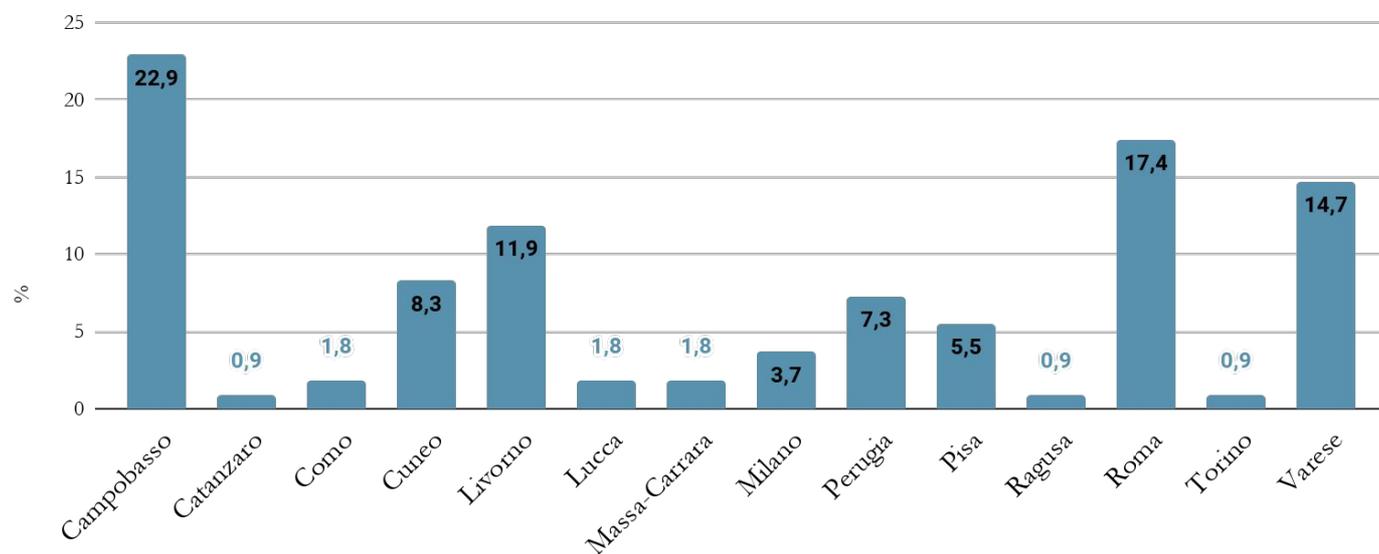
La maggior parte dei cittadini che ha compilato il questionario è di nazionalità italiana (95,4%).

Luogo di nascita



I cittadini rispondenti al questionario sono residenti in misura maggiore a Campobasso (22,9%) a Roma (17,4%) e a Varese (14,7%).

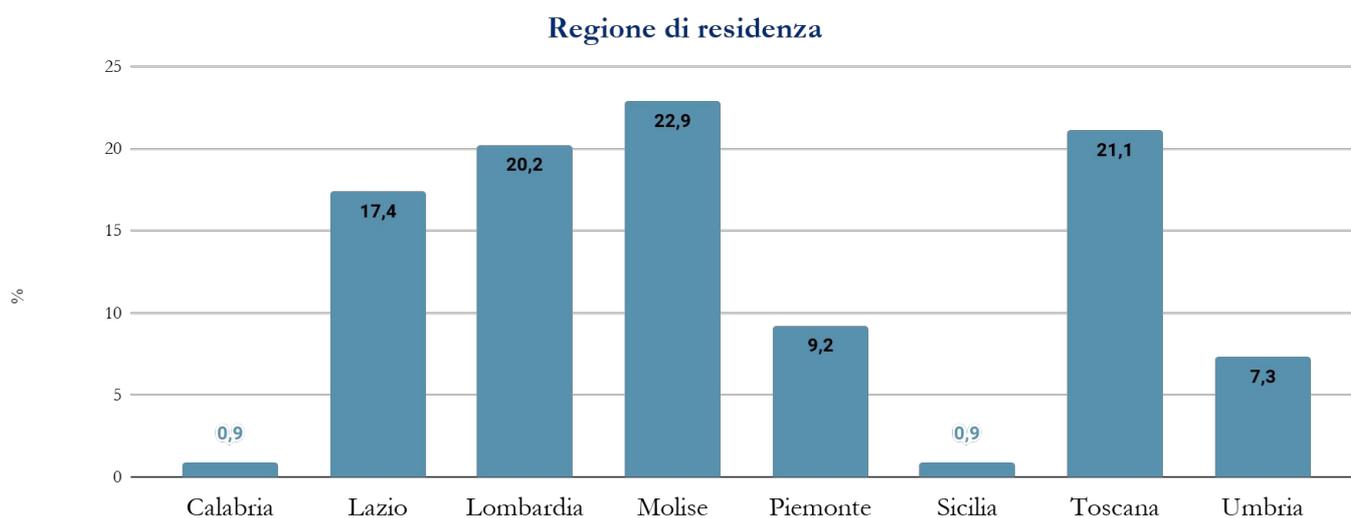
Provincia di residenza



4.2. I cittadini

Considerando la regione di residenza, quasi la totalità dei rispondenti al questionario è residente nelle regioni dove sono state implementate le tappe del Teatro Forum:

Toscana (Cecina e Pisa), Molise (Campobasso), Umbria (Bastia Umbra), Piemonte (Cuneo), Lombardia (Varese), Lazio (Roma); con una percentuale inferiore di residenti in Piemonte (9,2%) e Umbria (7,3%).

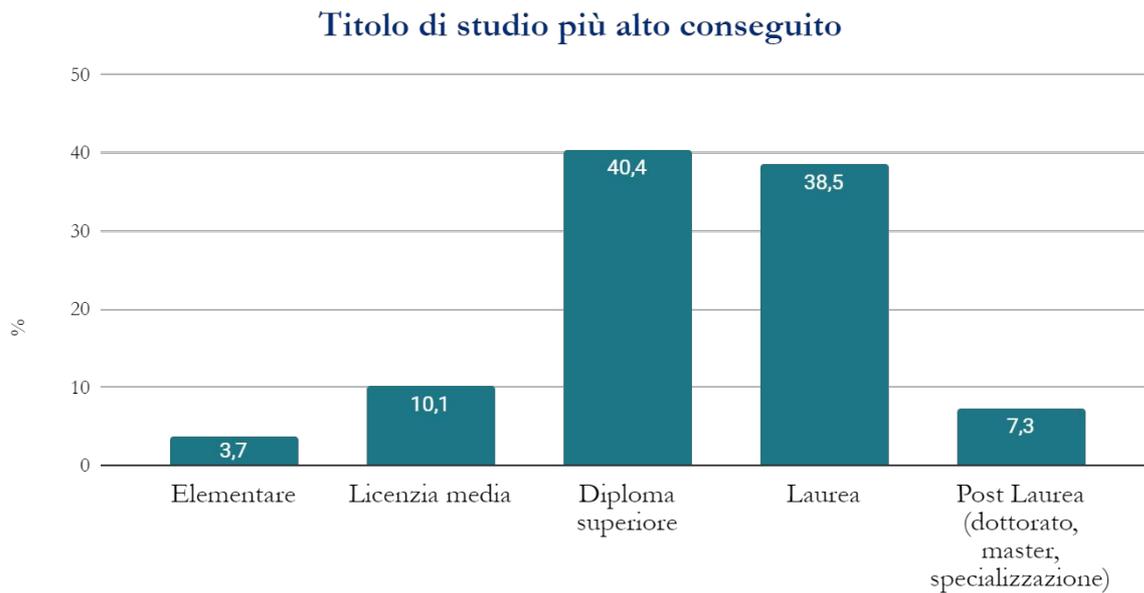


Il 31,2% dei rispondenti al questionario ha un lavoro stabile, di questi la maggioranza (40,9%) ha tra i 40 e i 49 anni, e il 21,1% è un lavoratore autonomo. Tra i rispondenti, solamente il 12% dei cittadini partecipanti alle tappe del teatro forum sono studenti. Alta la percentuale di coloro che hanno preferito non rispondere.



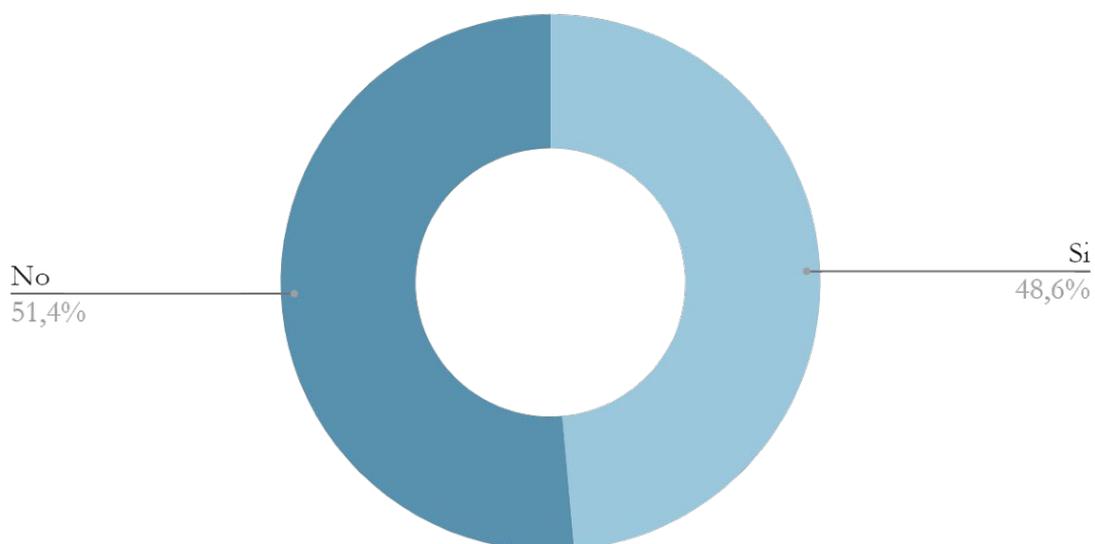
4.2. I cittadini

Quasi la metà dei cittadini rispondenti possiede il diploma di scuola superiore e il 38,5% la laurea.



Il 48,6% dei cittadini aveva già preso parte ad un'attività o iniziativa sul consumo critico mentre il 51,4% no.

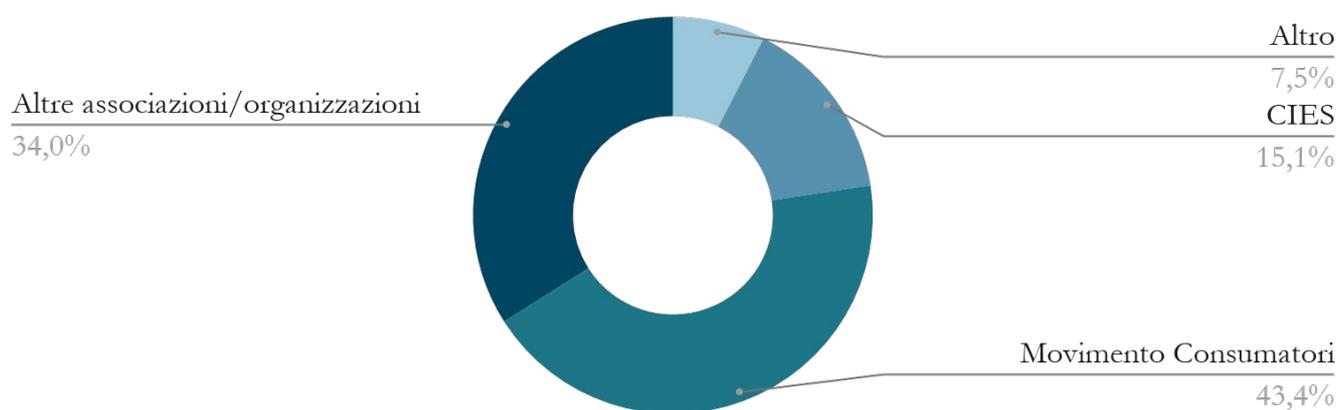
In precedenza, ti era già capitato di prendere parte ad attività/iniziative sul consumo critico?



4.2. I cittadini

Coloro che prima della tappa di Teatro Forum avevano partecipato in precedenza ad attività sul consumo critico e sostenibile lo hanno fatto principalmente grazie all'organizzazione di attività da parte di Movimento Consumatori (43,4%). Il 34%, invece, ha partecipato in passato ad attività organizzate da altre associazioni presenti sul territorio.

Se sì, da chi erano organizzate?



Coloro che avevano già preso parte ad attività con tematiche similari sono soprattutto cittadini che hanno partecipato alla Tappa di Teatro Forum organizzata a Roma (28,8%) mentre la risposta "No" è stata data in misura maggiore da cittadini che hanno partecipato alla Tappa di Campobasso (30,4%).

4.3. PROFILAZIONE DELLA POPOLAZIONE RAGGIUNTA: La rete territoriale

➤ Cos'è

La rete territoriale è stata creata dalla **collaborazione tra MC e CIES e altre associazioni locali** nei diversi territori in cui si sono svolte le attività del Percorso Interattivo Teatrale e del Teatro Forum. Nello specifico, le singole province coinvolte nell'intervento di We Like, We Share, We Change hanno avviato o rafforzato le **proprie reti territoriali**, ai fini della realizzazione delle attività progettuali, grazie al lavoro con le organizzazioni, gli enti e le associazioni³ presenti sul territorio e interessate al tema del consumo sostenibile.

➤ Struttura

Le **sezioni locali di MC**, presenti nelle province coinvolte dal progetto, sono state le sedi operative dell'intera rete territoriale grazie alle quali è stato possibile coordinare e gestire le diverse fasi del progetto nei singoli territori, così come definire un punto di incontro e scambio con le altre organizzazioni partner. I **volontari o collaboratori di MC, CIES e delle altre associazioni locali** hanno costituito il personale della rete che ha lavorato alla realizzazione delle attività del Percorso di Teatro Interattivo e dello spettacolo del Teatro Forum.

➤ Obiettivi raggiunti

Il sistema della rete ha consentito il **coordinamento** delle numerose organizzazioni territoriali, elemento che ha favorito, da un lato, la sensibilizzazione della cittadinanza alle tematiche del consumo sostenibile e, dall'altro, il coinvolgimento di numerose scuole. In particolare, grazie alla realizzazione delle attività nelle scuole, i **giovani studenti** hanno potuto aumentare le proprie **conoscenze** sulle tematiche del consumo sostenibile e l'importanza dell'**impegno civico** nella sensibilizzazione alla responsabilità sociale di consumo entrando a far parte del corpo volontari di MC.

“Spingere per aumentare la sensibilizzazione su questa tematica, ma non facendo il volantone e lasciando il depliant, ma formando il personale che può mettersi in proprio e diventa una piccola cooperativa che fa sensibilizzazione su queste tematiche.” Referente CIES Roma/Nazionale

³ Ad esempio, per i tre intervistati le organizzazioni coinvolte direttamente nella realizzazione del progetto o con cui è stata avviata una collaborazione sono state: 1. Roma, Associazione ONG Italiane (AOI), Arci, Gruppo Umana Solidarietà (GUS), Oxfam Italia, Oikos; 2. Rovigo, Associazioni Cristiane Lavoratori Italiani (ACLI), le Giacche Verdi di Rovigo, la Rete dei Comuni veneti, AVIS, Associazione Italiana Donatori Organi (AIDO), forze dell'ordine; 3. Napoli e Caserta, cooperative che lavorano con i beni confiscati alla mafia, associazioni per la tutela della donna e contro la violenza di genere, associazioni che lavorano in ambito socio-sanitario.

4.3. La rete territoriale

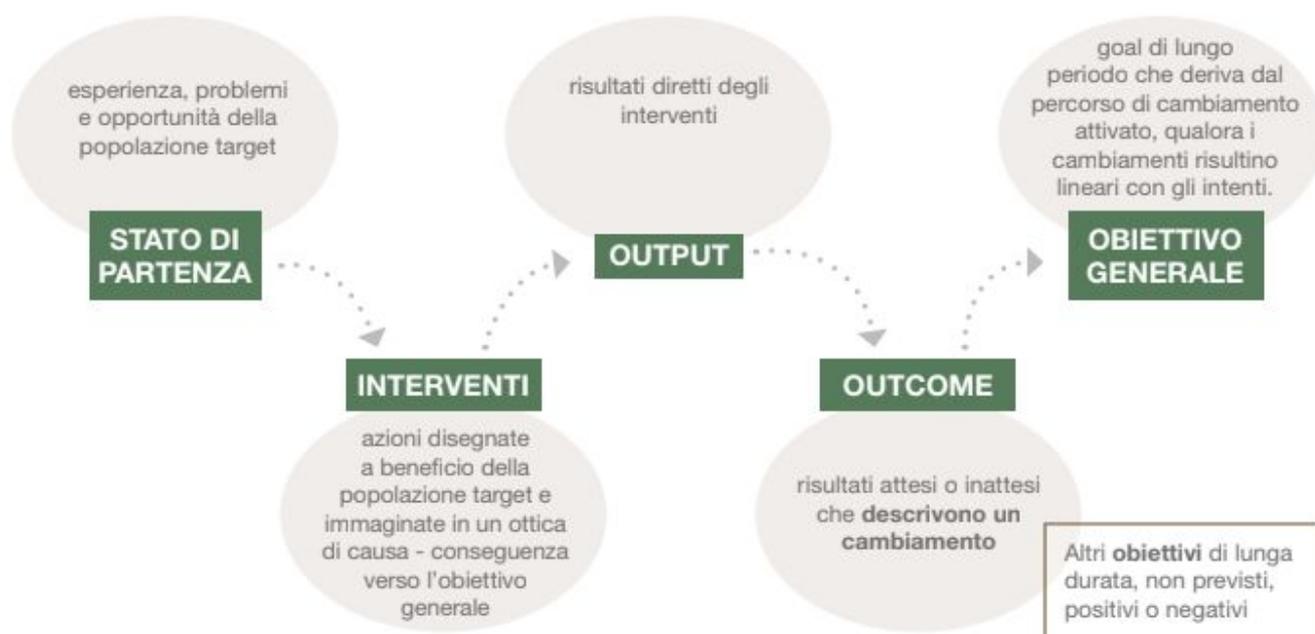
➤ **Partenariato**

La storia di collaborazione tra MC e CIES, avviata nel 2017, è stata fondamentale nella creazione e nel rafforzamento della rete. A partire dalla costruzione del progetto, basata sulla condivisione dei temi della responsabilità sociale delle imprese e della responsabilità al consumo, il partenariato ha svolto un ruolo importante nell'intersezione delle competenze specifiche delle due associazioni: l'esperienza in ambito educativo di CIES e la conoscenza dei temi legati al consumo sostenibile di MC. Questa collaborazione di intenti e di pratiche ha consentito il **consolidamento** della rete territoriale e, dunque, l'implementazione delle attività del progetto We Like, We Share, We Change.

5. LA TEORIA DEL CAMBIAMENTO

LA TEORIA DEL CAMBIAMENTO DI We Like, We Share, We Change

La Teoria del Cambiamento è un approccio metodologico particolarmente diffuso nel settore filantropico, nelle ONG e negli interventi cooperativi, che mira a strutturare azioni che producono cambiamenti, in un’ottica di causa-effetto, verso un obiettivo prestabilito⁴. La Teoria del Cambiamento consente di mostrare il percorso che conduce dai bisogni degli stakeholder agli effetti attraverso le attività, fino all’impatto per la società. Essa consente di descrivere la sequenza di eventi necessaria al raggiungimento del cambiamento desiderato in cui risorse (*input*), attività, risultati (*output*), e cambiamenti (*outcome*) sono uniti in una catena di connessioni causali che viene rappresentata graficamente e denominata mappa del cambiamento.



L’obiettivo del Progetto We Like, We Share, We Change è di sensibilizzare la cittadinanza ai temi del consumo sostenibile, favorendo un cambio di abitudini di consumo, fornendo informazioni e promuovendo l’assunzione di comportamenti virtuosi. Le attività del progetto si inseriscono come contributo nel raggiungimento degli Obiettivi dell’Agenda Onu 2030, Goal 12, “Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo”.

⁴ Per maggiori informazioni visita Center for Theory of Change su <http://www.theoryofchange.org/what-is-theory-of-change/#4>

LA TEORIA DEL CAMBIAMENTO DI We Like, We Share, We Change

Il Manuale dell'educazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Unesco pubblicato nel 2017 afferma che “gli individui devono diventare agenti del cambiamento verso la sostenibilità. Essi hanno bisogno di conoscenza, abilità, valori e attitudini che li rendano più forti in vista del contributo allo sviluppo sostenibile”. L'educazione quindi è il pilastro fondamentale per il raggiungimento dello sviluppo sostenibile; infatti si rende necessario consolidare l'approccio dell'educazione allo Sviluppo Sostenibile (ESS) per rendere “i discenti capaci di prendere decisioni informate e agire responsabilmente per l'integrità ambientale, la sostenibilità economica e una società giusta per le generazioni presenti e future”, quindi indirettamente aumentare i modelli di consumo e di comportamento sostenibili.

La teoria del cambiamento mappa i cambiamenti che il progetto intende ottenere e la strategia e le attività con cui intende generarli. Il progetto We Like, We Share, We Change intende intervenire verso tre stakeholder principali: gli studenti, i cittadini e la rete territoriale. Questi sono considerati stakeholder chiave per contribuire all'incremento della responsabilità sociale di consumo.



Teoria del cambiamento degli studenti

Il Percorso Interattivo Teatrale consente di avviare un processo di cambiamento degli studenti all'interno di un contesto educativo non formale in cui l'apprendimento si basa sui tre principali passaggi elaborati nella Strategia Italiana per l'Educazione alla Cittadinanza Globale (ECG): **informazione, cambiamento di percezioni e atteggiamenti, mobilitazione** (AICS, 2018). Innanzitutto, attraverso il percorso formativo, i giovani acquisiranno nuove informazioni sui processi di produzione, distribuzione e consumo dei prodotti, **umentando** così le proprie **conoscenze** relative ai temi del consumo sostenibile e responsabile. Contestualmente, grazie alla metodologia educativa del percorso teatrale, volta a favorire il mutuo apprendimento e il confronto tra pari sulle diverse tematiche della cultura del consumo, i giovani studenti potranno acquisire una **maggiore consapevolezza** dei fenomeni che compongono la filiera produttiva e di consumo. Nel lungo periodo, il percorso di apprendimento esperienziale consentirà agli studenti di mettere in atto dei comportamenti positivi **umentando la sostenibilità dei consumi**, divenendo protagonisti attivi, sia a livello locale sia globale, nell'**incremento della responsabilità sociale di consumo** volta alla creazione di un modello di consumo equo e solidale.

LA TEORIA DEL CAMBIAMENTO DI We Like, We Share, We Change

Teoria del cambiamento dei cittadini

Il percorso di Teatro Forum, in linea con il Secondo Obiettivo del Manifesto della Sostenibilità Consumeristica “Una particolare attenzione verso il consumatore meno consapevole, bambino, anziano, straniero”, favorisce la sensibilizzazione dei cittadini alla cultura del consumo **umentando** le loro **conoscenze** sui temi del consumo responsabile e sostenibile. Inoltre, grazie al processo di apprendimento informale del teatro dell’oppresso, il cittadino acquisirà **maggiore consapevolezza e sensibilità** ai processi di produzione e distribuzione: il consumatore sarà protagonista attivo in una scena conflittuale relativa alla filiera produttiva e di consumo e, proponendo una soluzione volta alla sostenibilità dei consumi, sarà maggiormente sensibilizzato all’adozione di un modello di consumo responsabile anche nella vita quotidiana*.

Lo sviluppo della conoscenza e la trasformazione del consumatore da spettatore passivo a protagonista attivo nella filiera del consumo consentiranno ai cittadini di generare un impatto socio-economico in grado di **umentare la sostenibilità dei consumi** sia a livello locale sia globale.

Sul lungo periodo, la conoscenza diffusa e l’adozione di comportamenti sostenibili porteranno i cittadini ad **umentare** ed esercitare pienamente la propria **responsabilità sociale di consumo** in modo consapevole e informato.

Teoria del cambiamento della rete territoriale

In linea con la Strategia ECG, la rete territoriale ha un ruolo fondamentale sia nell’implementazione delle attività progettuali sia nel sollecitare le politiche pubbliche, locali e nazionali, al fine di promuovere un nuovo modello di consumo sostenibile (AICS, 2018). Il funzionamento della rete territoriale si fonda su tre elementi chiave: **network connectivity**, **network health** e **network results** (Network Impact, 2014). Seguendo queste tre dimensioni è possibile definire il processo di cambiamento della rete territoriale: le attività di coordinamento (*network connectivity*), rivolte alla creazione e consolidamento delle collaborazioni tra le associazioni partner del progetto e le organizzazioni locali, favoriscono l’**innalzamento delle competenze, conoscenze, capacità gestionali e organizzative della rete** grazie al confronto tra le diverse realtà associative e i loro relativi campi di azione. Migliorare le capacità interne alla rete consentirà alle associazioni che vi fanno parte di efficientare il lavoro di rete tramite l’impegno attivo dei volontari e dei collaboratori e la condivisione delle risorse intese sia come competenze sia come strategie comuni da raggiungere (*network health*). Sul lungo periodo, questo percorso di collaborazione e di aumento delle competenze interne alla rete territoriale **rafforzerà le capacità di fare rete dei servizi territoriali**, grazie al confronto costante tra le associazioni e altri soggetti presenti nei singoli territori, quali giovani, cittadini e istituzioni (*network results*). In tal senso, la rete territoriale potrà contribuire più efficacemente alla sensibilizzazione della cittadinanza ai temi del consumo sostenibile e favorire l’**umento della responsabilità sociale di consumo** sia a livello locale sia nazionale.

LA TEORIA DEL CAMBIAMENTO DI We Like, We Share, We Change

INCREMENTO DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE DI CONSUMO

OBIETTIVI DELL'INTERVENTO

1. Aumento della sostenibilità dei consumi

2. Aumento della sostenibilità dei consumi

3. Rafforzata capacità di fare rete dei servizi territoriali

DIMENSIONI DI OUTCOME

Aumento delle conoscenze e della consapevolezza delle tematiche del consumo sostenibile e responsabile

Aumento delle conoscenze, della sensibilità e della consapevolezza delle tematiche del consumo sostenibile e responsabile

Innalzamento delle competenze, conoscenze, capacità gestionali e organizzative

ATTIVITÀ

Percorso teatrale interattivo

Percorso di Teatro Forum

Coordinamento

STAKEHOLDER

Studenti

Cittadini

Rete

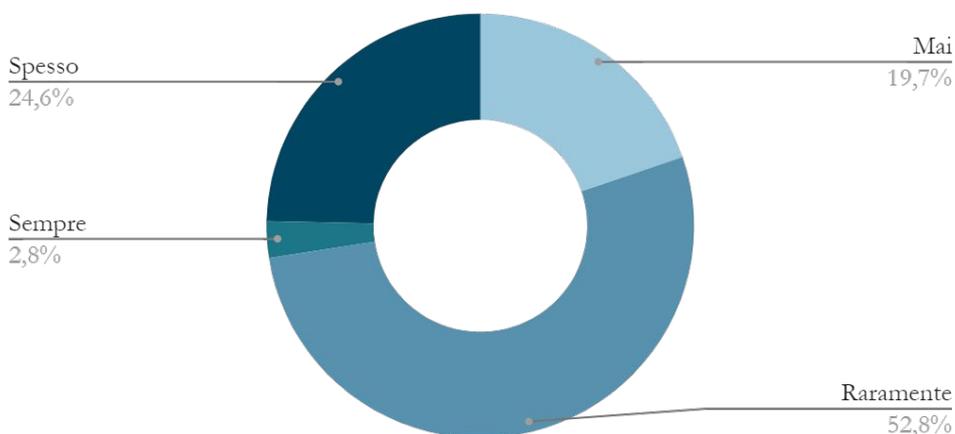
6. I RISULTATI DELLA RICERCA

6.1. GLI STUDENTI

755
QUESTIONARI
RACCOLTI

Sono stati somministrati, da marzo 2019 a febbraio 2020, 755 questionari a studenti tra i 13 e i 18 anni che hanno partecipato all'attività del Percorso Teatrale Interattivo. La maggioranza del campione, il 62,5%, è di genere femminile e residente in Campania. La maggioranza dei partecipanti, il 52,8%, dichiara che nell'acquistare un prodotto raramente considera l'effetto che esso può avere sull'ambiente o sul benessere di qualcun altro.

Prima di questo incontro, nell'acquistare un prodotto hai mai considerato l'effetto che esso può avere sull'ambiente o sul benessere di qualcun'altro (per es. lavoro minorile)?

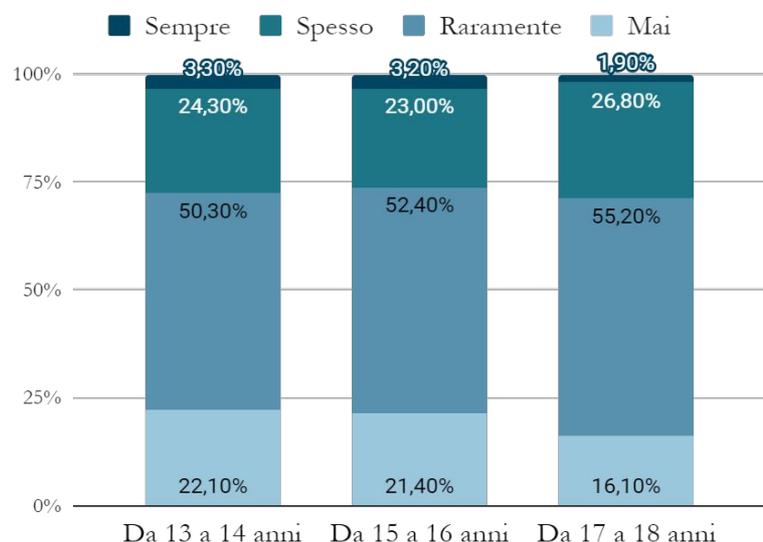


Considerando il totale delle risposte negative, il 72,5% degli studenti non pone particolare attenzione a tematiche di sostenibilità ambientale o di consumo critico quando acquista un prodotto. Dato che giustificerebbe la rilevanza dell'intervento implementato.

Suddividendo la risposta all'item per classi di età emerge una distribuzione delle risposte abbastanza omogenea.

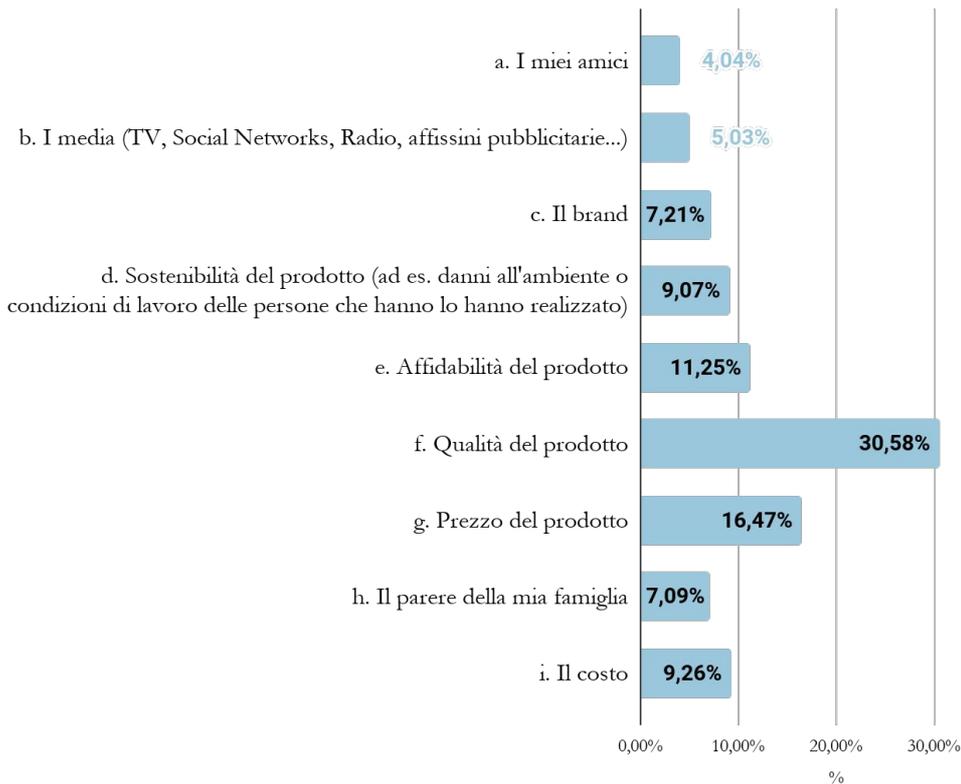
Le risposte negative "raramente" e "mai" sono infatti 72,4% per la classe da 13 a 14 anni, 73,8% per la classe da 15 a 16 anni e 71,3% per la classe dai 17 ai 18 anni.

Nell'acquistare un prodotto hai mai considerato l'effetto che esso può avere sull'ambiente o sul benessere di qualcun'altro?



6.1. GLI STUDENTI

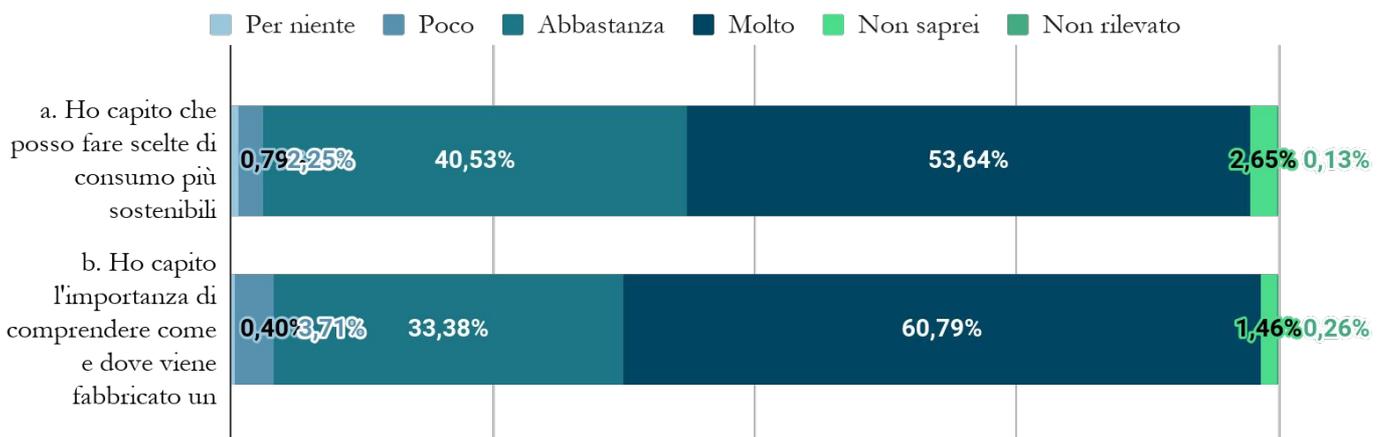
Fattori più importanti per decidere i prodotti da acquistare



Agli studenti è stato chiesto quali sono per loro i fattori più importanti per decidere i prodotti da acquistare. Come si può osservare dal grafico, il fattore tenuto maggiormente in considerazione è la qualità del prodotto.

Per quanto riguarda la sostenibilità del prodotto, questo sembra essere un aspetto considerato in misura maggiore dagli studenti di 15 anni (26%) e in misura minore dagli studenti di 14 anni (13%).

Grazie a questo incontro

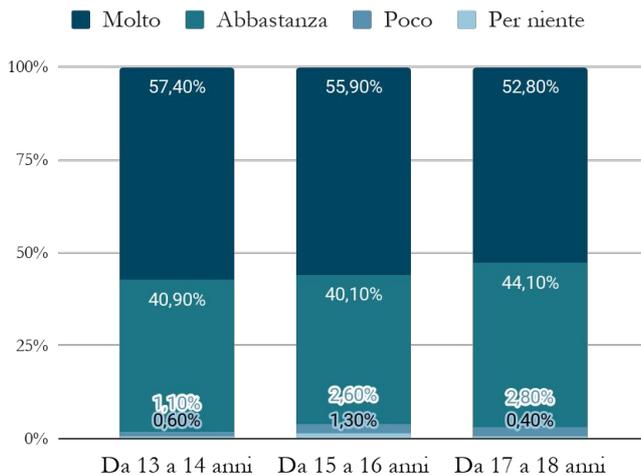


Quasi la totalità degli studenti (94,1%) afferma che grazie all'incontro di Teatro Interattivo ha capito di poter fare scelte di consumo più sostenibili, con un punteggio medio di 3,51, e l'importanza di comprendere come e dove viene fabbricato un prodotto, con un punteggio medio di 3,57.

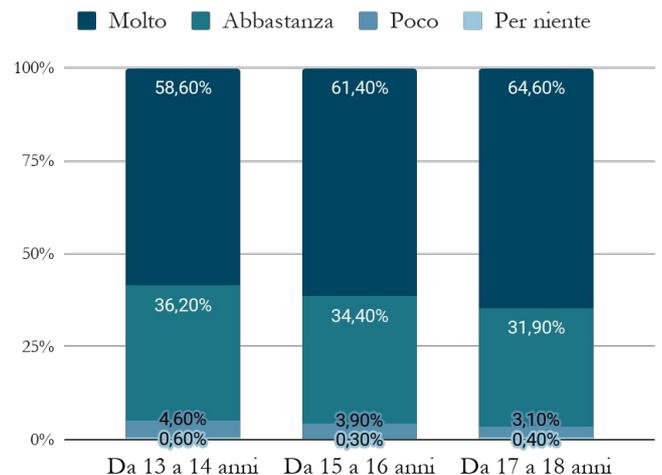
Entrambe le medie, calcolate non considerando le percentuali relative alle risposte "non saprei" e "non rilevato", si posizionano negli estremi positivi della scala, vicino al punteggio 4 (molto).

6.1. GLI STUDENTI

Ho capito che posso fare scelte di consumo più sostenibili



Ho capito l'importanza di comprendere come e dove viene fabbricato un prodotto



Partendo da una condizione abbastanza omogenea nel considerare l'impatto che un prodotto può avere sull'ambiente o sul benessere di qualcun altro, emergono comunque leggere differenze rispetto all'efficacia che l'intervento ha avuto sulla consapevolezza dei giovani studenti.

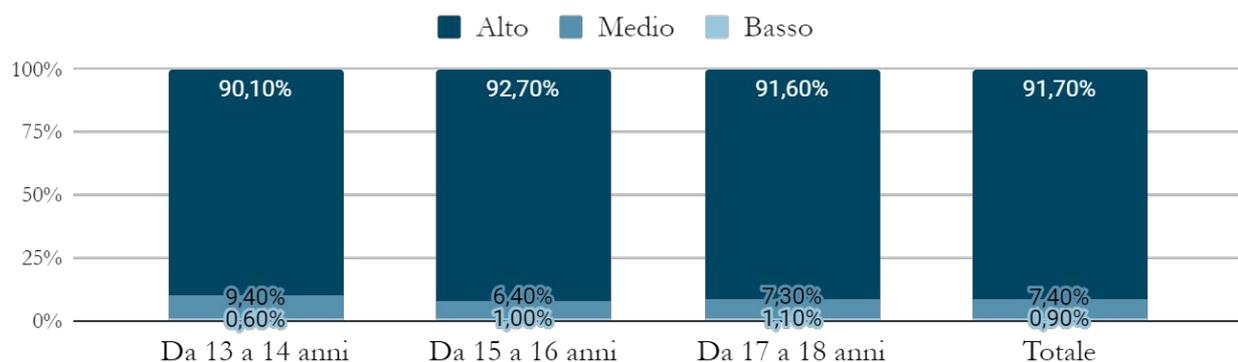
Escludendo dall'analisi le risposte "non saprei" e le risposte non date e considerando le risposte positive "molto" per le classi di età, emerge che:

- Rispetto alla consapevolezza della possibilità di fare scelte di consumo più sostenibili, l'attività di We Like ha avuto un impatto maggiore nella classe 13-14 anni rispetto alle altre, percentuale al di sopra di quella aggregata delle risposte molto, equivalente al 55,2%.
- Rispetto alla consapevolezza dell'importanza di comprendere come e dove viene fabbricato un prodotto, vi è stato un impatto maggiore nella classe 17-18 anni (64,6%) con una percentuale superiore a quella aggregata del 61,9%.

Considerando le due variabili è stato creato un indice complessivo relativo alla consapevolezza.

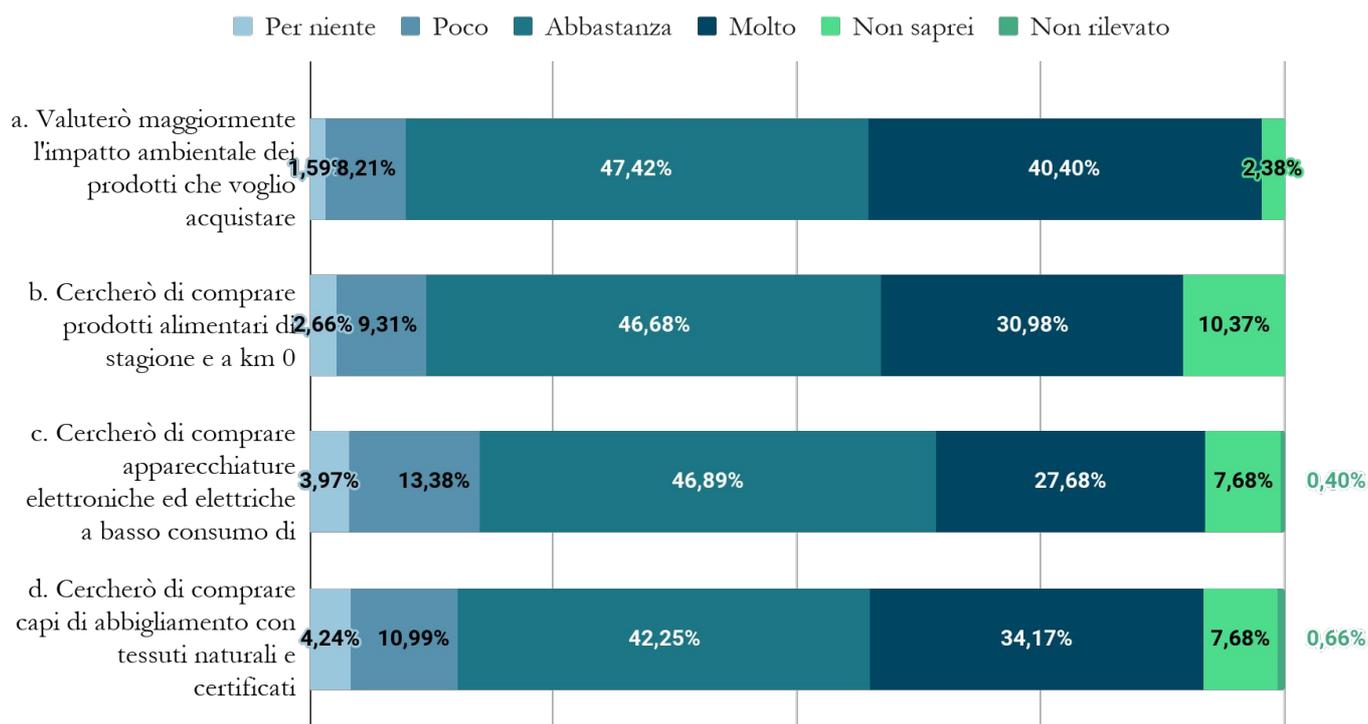
La consapevolezza è di grado alto per circa il 92% (91,7%) degli studenti rispondenti al questionario dopo aver partecipato all'incontro.

Consapevolezza



6.1. GLI STUDENTI

Grazie a questo incontro, nel tuo futuro



Considerando le risposte positive, un'alta percentuale di giovani dichiara che cercherà di cambiare i propri comportamenti di consumo, soprattutto nel valutare l'impatto ambientale dei prodotti (87,8%). Facendo riferimento alle percentuali di risposte "Per niente" e "Poco", gli studenti sono meno propensi a cambiare le abitudini di consumo rispetto all'acquisto di apparecchiature elettroniche ed elettriche a basso consumo di energia (17,3%) e capi di abbigliamento con tessuti naturali e certificati (15,2%). Moderatamente alte le percentuali di risposte "Non saprei".

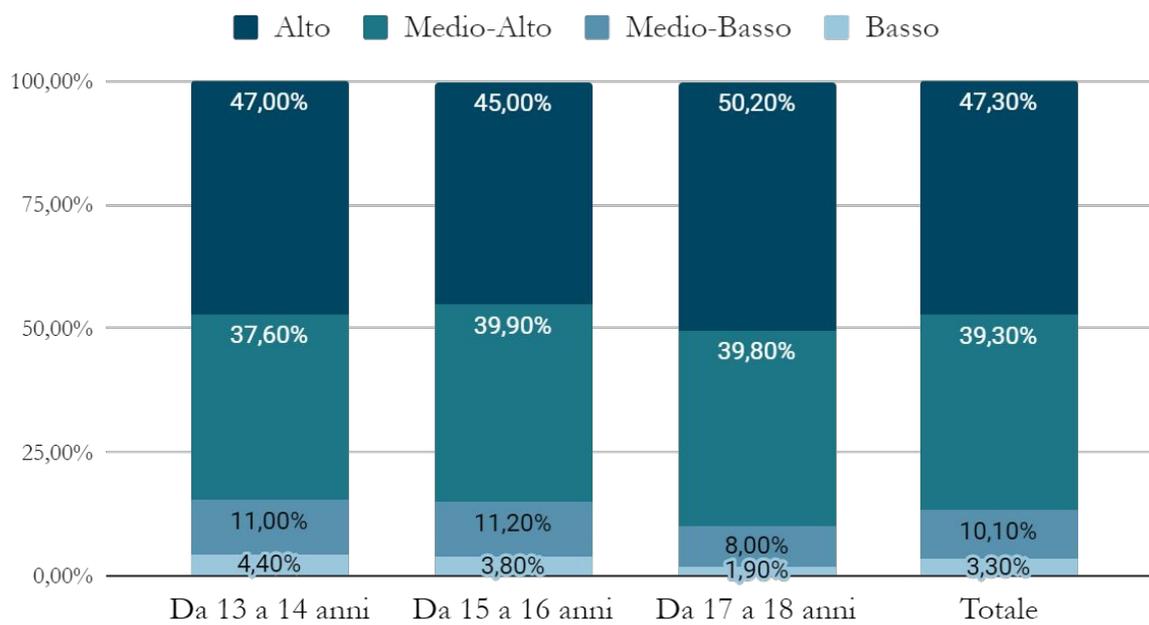
Escludendo dall'analisi le percentuali relative alle risposte "non saprei" e "non rilevato" i punteggi medi sono tutti attorno al valore 3, posizionati quindi nel lato positivo della scala.

Tabella 1. Punteggi medi

Item	Media
a. Valuterò maggiormente l'impatto ambientale dei prodotti che voglio acquistare	3,2
b. Cercherò di comprare prodotti alimentari di stagione e a km 0	3,1
c. Cercherò di comprare apparecchiature elettroniche ed elettriche a basso consumo di energia	3
d. Cercherò di comprare capi di abbigliamento con tessuti naturali e certificati	3,1

6.1. GLI STUDENTI

Propensione al cambiamento e al consumo critico



L'indice complessivo* relativo alla propensione al cambiamento e al consumo critico è stato costruito considerando le quattro variabili di seguito elencate:

- Valuterò maggiormente l'impatto ambientale dei prodotti che voglio acquistare
- Cercherò di comprare prodotti alimentari di stagione e a km 0
- Cercherò di comprare apparecchiature elettroniche ed elettriche a basso consumo di energia
- Cercherò di comprare capi di abbigliamento con tessuti naturali e certificati

La propensione al cambiamento nelle proprie abitudini di acquisto, rispetto alle quattro variabili, è di grado medio-alto e alto per circa il 90% (86,6%) degli studenti rispondenti al questionario dopo aver partecipato all'incontro.

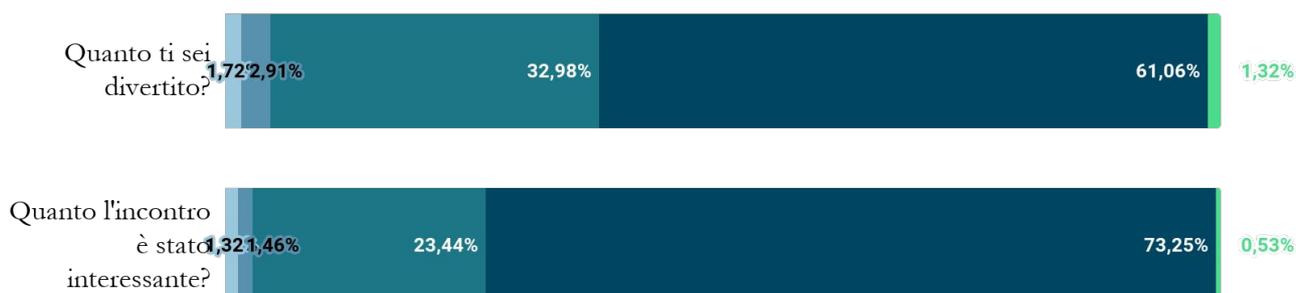
Gli studenti che si posizionano maggiormente nel grado "alto" sono gli adolescenti che hanno un'età compresa tra i 17 e i 18 anni.

*Escludendo dall'analisi le risposte "non saprei" e "non rilevato"

6.1. GLI STUDENTI

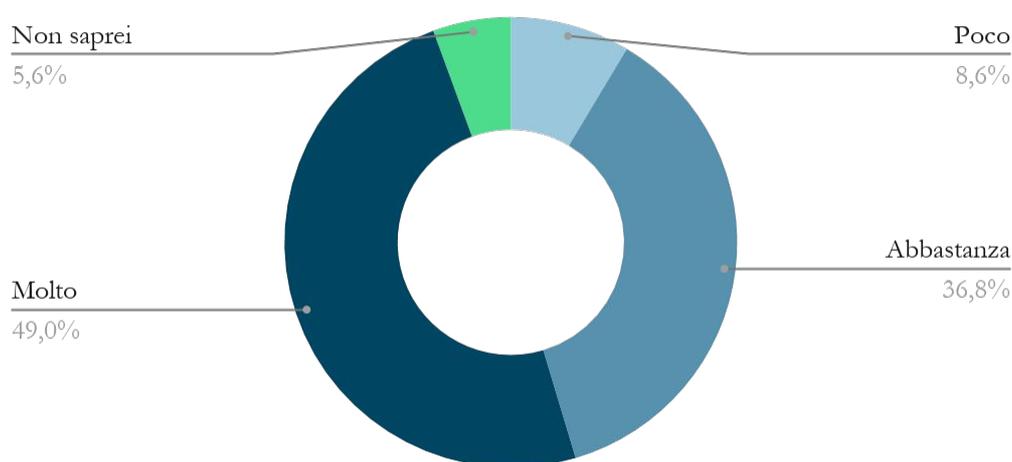
Partecipazione e interesse

Per niente Poco Abbastanza Molto Non saprei



La partecipazione e l'interesse degli alunni è stata molto alta. Il 94% dichiara di essersi divertito e il 96,6% dichiara che l'incontro è stato interessante. L'attività, quindi, è stata apprezzata dagli alunni. Suddividendo il campione per classi di età*, gli studenti dai 15 ai 16 anni hanno ritenuto l'incontro interessante in misura maggiore, con una percentuale di risposte "molto" del 75,3% (rispetto alla percentuale media del 73,6%), mentre i ragazzi dai 13 ai 14 anni lo hanno ritenuto più divertente rispetto agli altri, con una percentuale di risposte "molto" del 66,9% (rispetto al valore medio del 61,9%).

Ti piacerebbe dedicare più tempo ad attività che si occupino di consumo critico e sostenibilità ambientale?



L'83,7% dei rispondenti vorrebbe dedicare più tempo ad attività che si occupano di consumo critico e sostenibilità ambientale. Le risposte positive "molto" sono state fornite in misura maggiore dagli studenti della classe di età 13-14 anni*, con una percentuale del 55,6% superiore a quella aggregata del 50,6%.

*Escludendo dall'analisi le risposte "non saprei"

6.2. I CITTADINI

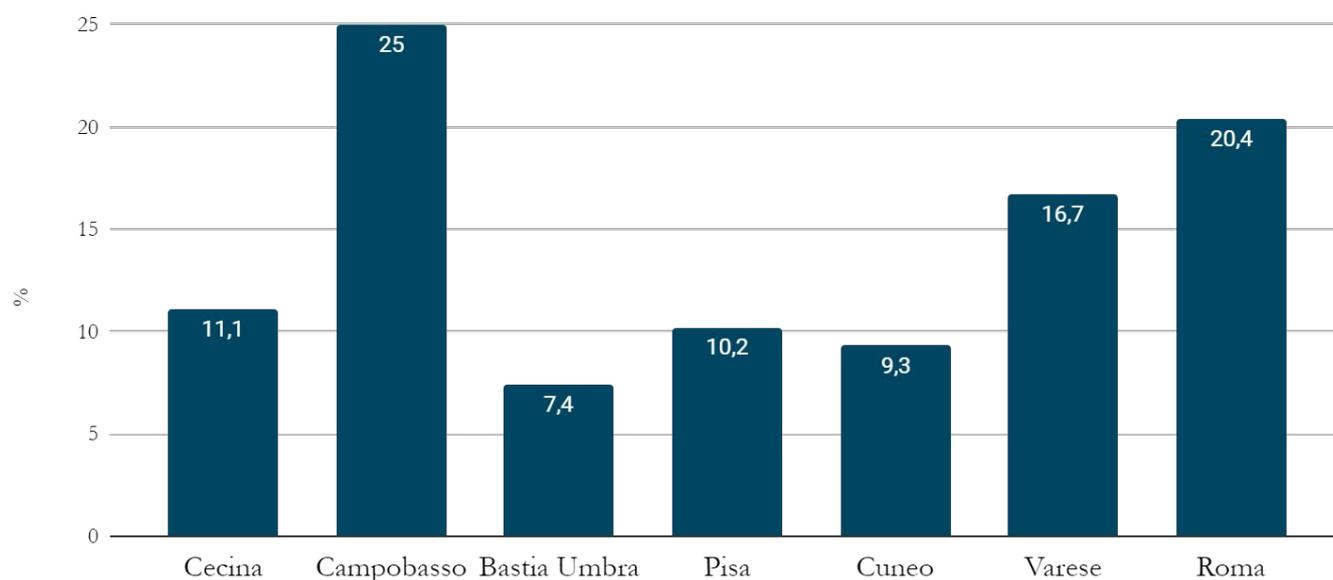
109
QUESTIONARI
RACCOLTI

La somministrazione dei questionari *ex-post* ai cittadini è stata effettuata nei mesi di Maggio e Giugno 2020. La modalità di compilazione è stata *online* tramite la piattaforma Survey Monkey.

Sono stati somministrati 109 questionari a cittadini con un'età fino a più di 60 anni che hanno partecipato all'attività del Teatro Forum. Il campione è equamente distribuito in base al genere, con una percentuale leggermente superiore di partecipanti di genere femminile (52,3%). La maggioranza dei partecipanti, il 43,1%, ha un'età compresa tra i 40 e i 59 anni e sul totale il 51,4% non aveva mai preso parte ad attività o iniziative sul consumo critico e sostenibile prima della Tappa di Teatro Forum.

La maggioranza dei cittadini rispondenti al questionario ha partecipato alla Tappa di Teatro Forum implementata a Campobasso (25%), seguita da Roma (20,4%), Varese (16,7%), Cecina (11,1%), Pisa (10,2%), Cuneo (9,3%) e Bastia Umbra (7,4%).

A quale tappa del Teatro Forum hai partecipato?

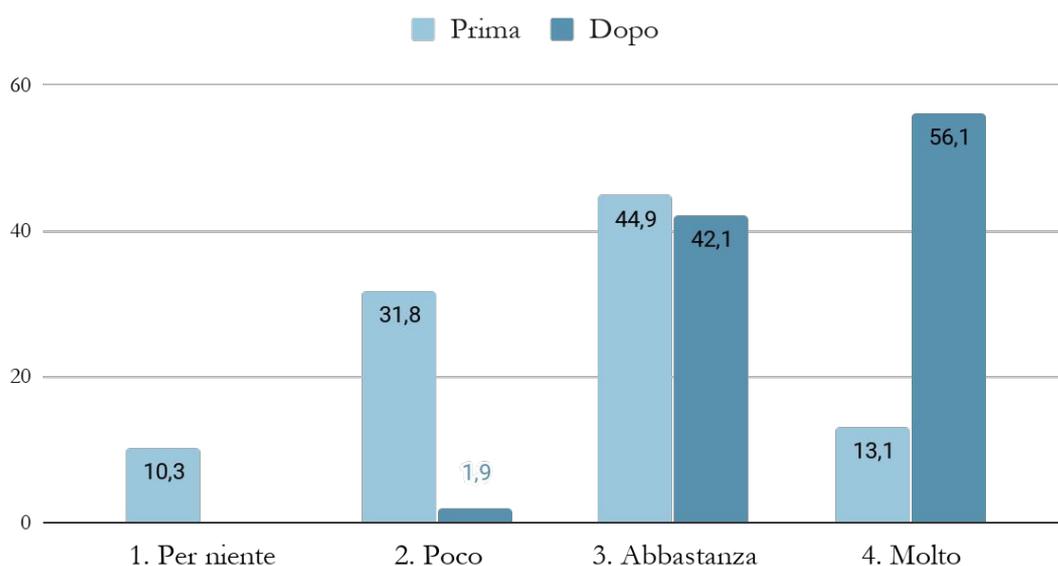


6.2. I CITTADINI

Tra gli *outcome* individuati per i cittadini vi è l'**aumento delle conoscenze, della sensibilità e della consapevolezza delle tematiche del consumo sostenibile e responsabile**. Ai partecipanti rispondenti al questionario è stato chiesto di selezionare su una scala da 1 a 4 il grado di conoscenza sugli argomenti trattati durante l'attività di Teatro Forum. Nella prima colonna dovevano quindi rispondere in base al grado di conoscenza *prima* dell'attività e nella seconda colonna il grado di conoscenza rispetto alle stesse tematiche *dopo* l'attività di teatro. Le tematiche indagate* sono la Sostenibilità, la Responsabilità sociale di consumo, l'Economia circolare, i Conflitti legati al ruolo del consumatore, i Diritti dei consumatori, lavoratori e produttori.

Per la conoscenza della **Sostenibilità** le risposte positive sono aumentate da 58% a 98,2%, con una diminuzione delle risposte negative da 42,1% a 1,9%.

Conoscenza della Sostenibilità prima e dopo l'incontro

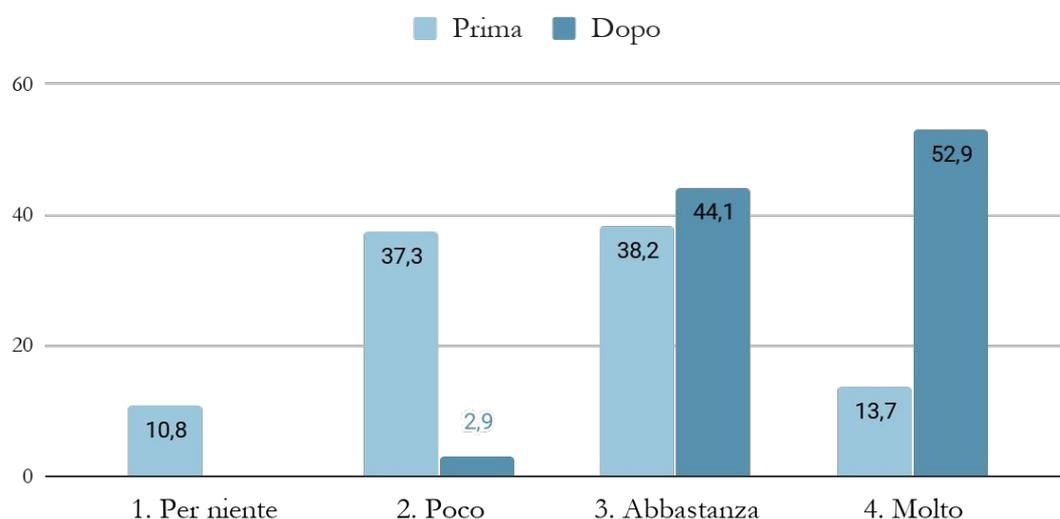


*Escludendo dall'analisi le risposte "non saprei" e le risposte non rilevate

6.2. I CITTADINI

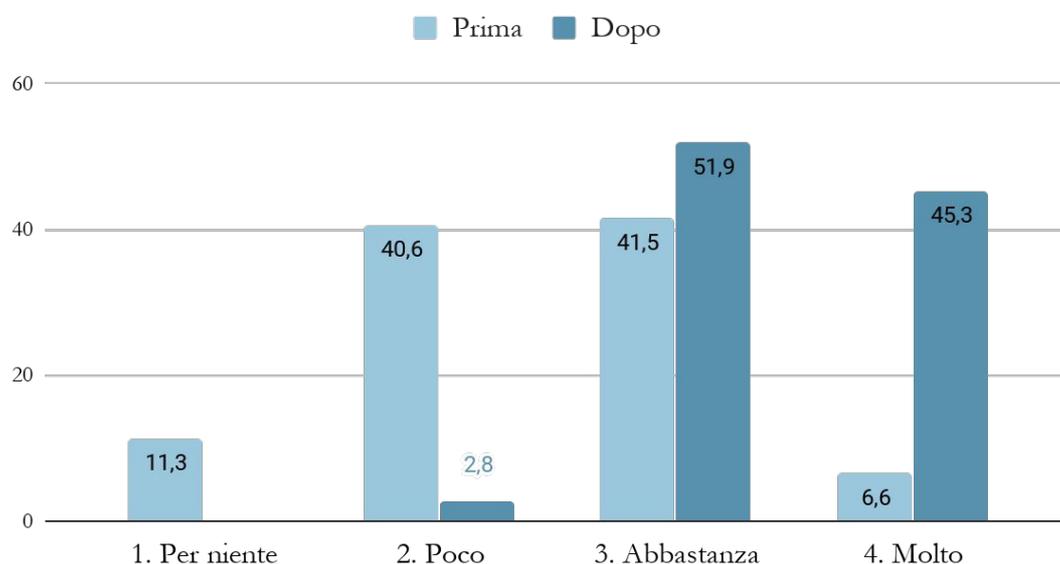
La conoscenza della **Responsabilità sociale di consumo** è aumentata da 51,9%, prima dell'incontro, al 97% dopo l'incontro di Teatro Forum. La diminuzione delle risposte negative è stata da 48,1% al 2,9%.

Conoscenza della Responsabilità Sociale di Consumo prima e dopo l'incontro



Considerando sempre le risposte positive, la conoscenza dell'**Economia Circolare** è aumentata da 48,1% a 97,2%. Le risposte negative "Per niente" e "Poco" hanno visto una diminuzione dal 51,9% al 2,8%

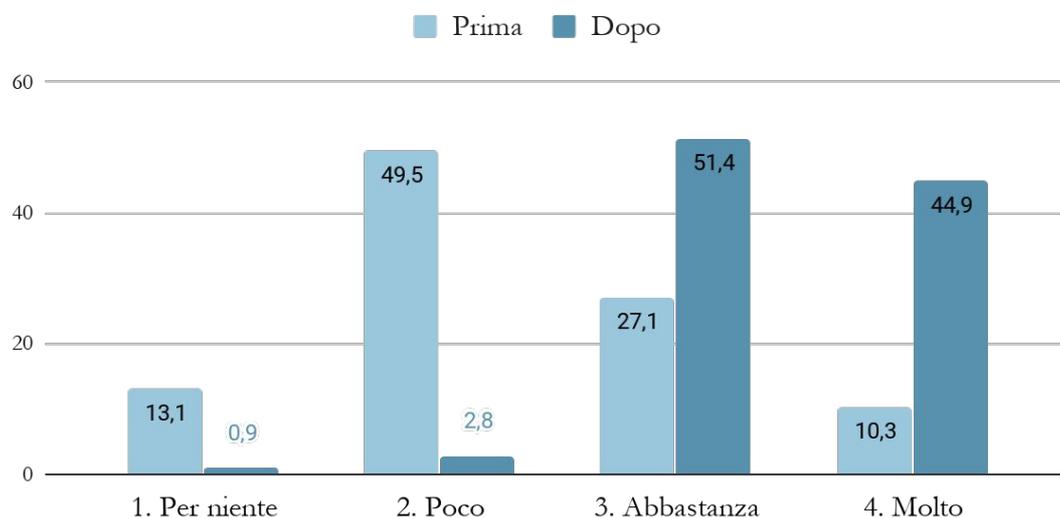
Conoscenza dell'Economia Circolare prima e dopo l'incontro



6.2. I CITTADINI

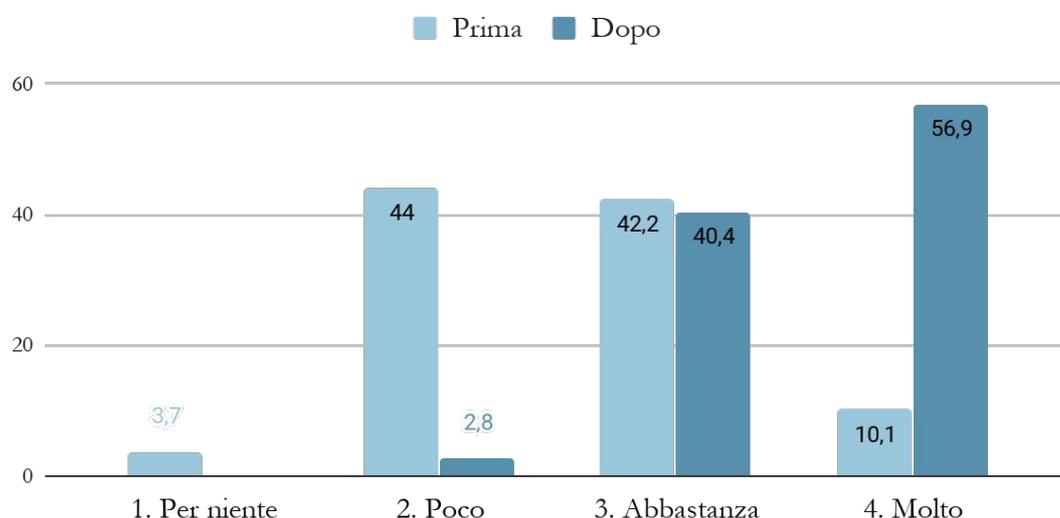
Le risposte positive circa i **Conflitti legati al ruolo del consumatore** sono aumentate da 37,4% a 96,3%, la diminuzione delle risposte negative è stata da 62,6% a 3,7%.

Conoscenza dei Conflitti legati al ruolo del consumatore prima e dopo l'incontro



L'ultima tematica indagata riguarda i **Diritti dei consumatori, lavoratori e produttori**. Le risposte positive hanno visto un incremento da 52,3% a 97,3%, quelle negative un decremento da 47,7% a 2,8%.

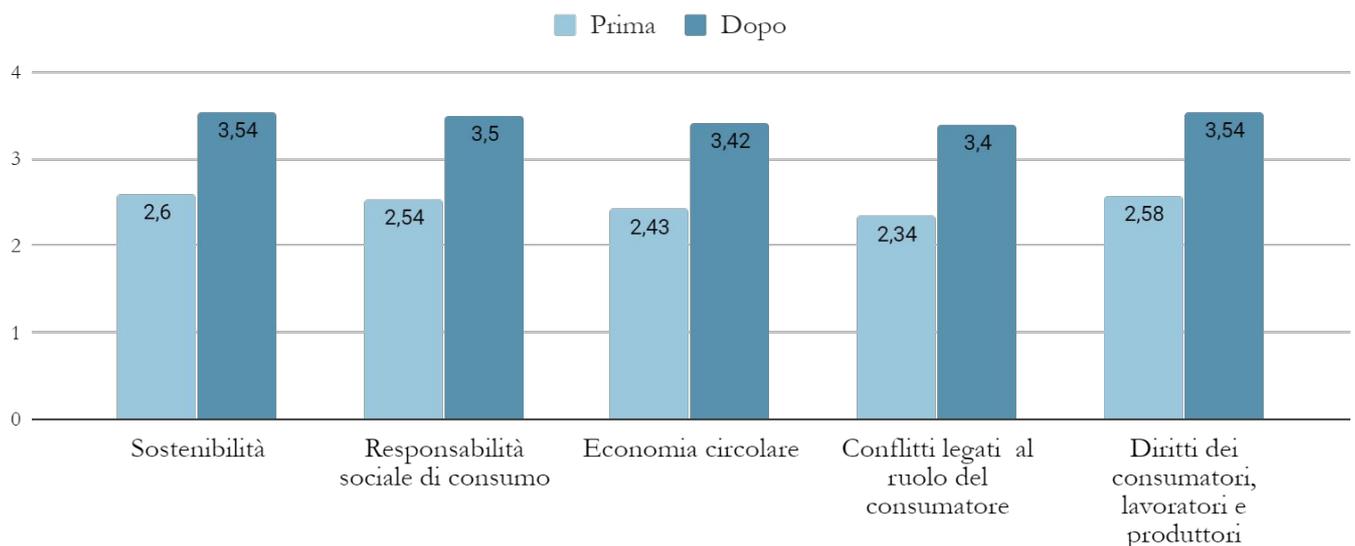
Conoscenza dei Diritti dei consumatori, lavoratori e produttori prima e dopo l'incontro



6.2. I CITTADINI

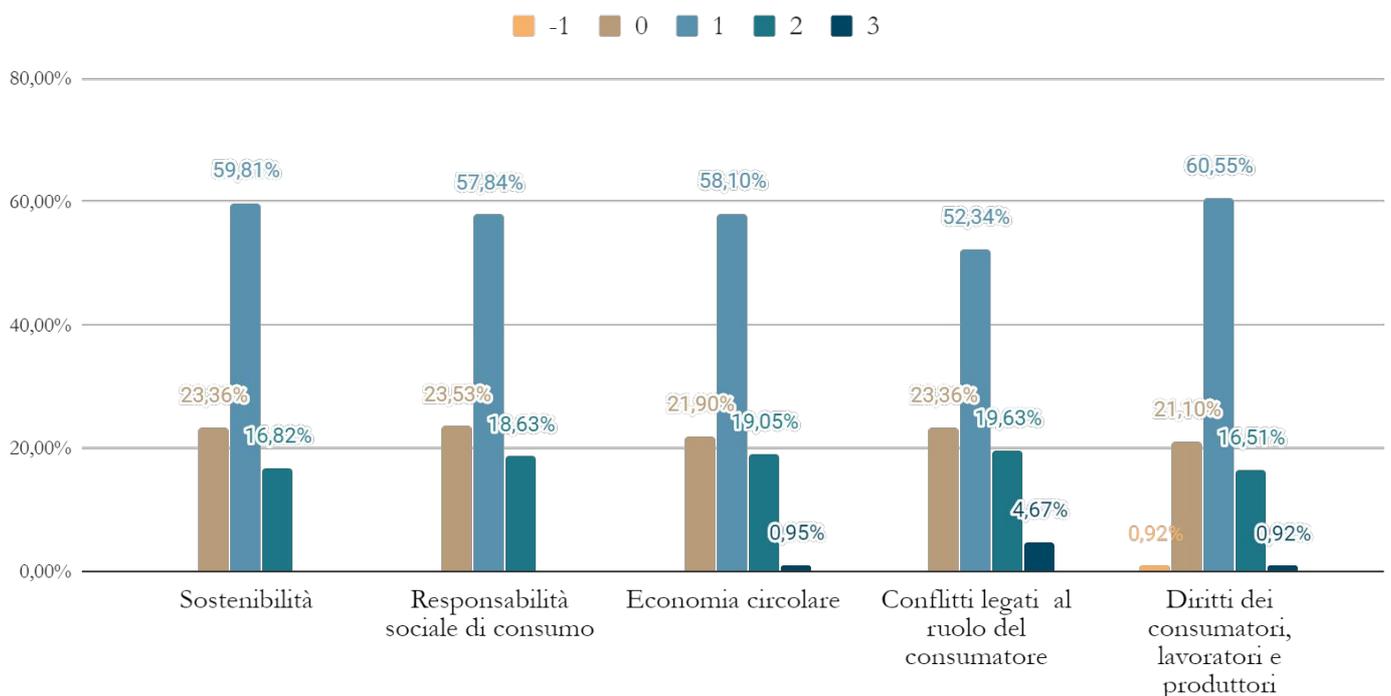
Osservando i punteggi medi delle risposte al grado di conoscenza delle tematiche, si nota un aumento della conoscenza per tutti gli argomenti trattati. Si è registrato, quindi, un aumento dei punteggi medi tra il prima e il dopo l'incontro.

Punteggi medi prima e dopo l'incontro



Andando ad esaminare la differenza di punteggi prima e dopo per i singoli rispondenti, è inoltre possibile notare come la maggior parte di loro abbia migliorato di almeno un punto la conoscenza delle diverse tematiche.

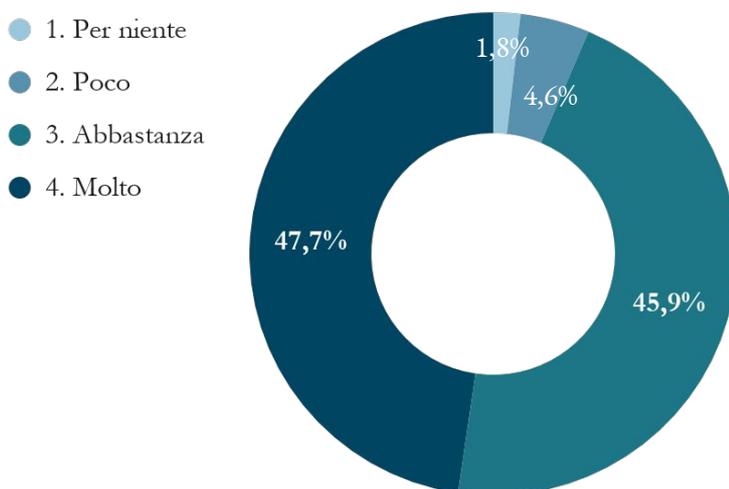
Grado di cambiamento nella conoscenza



6.2. I CITTADINI

Rispetto agli *outcome* aumento della **sensibilità e consapevolezza delle tematiche del consumo sostenibile e responsabile**, ai cittadini rispondenti è stato chiesto “Da 1 a 4, quanto la partecipazione all'attività di Teatro Forum: Ha contribuito ad aumentare la tua sensibilità alla tematica del consumo sostenibile e responsabile, Ti ha reso più consapevole rispetto alle tematiche del consumo sostenibile e responsabile”.

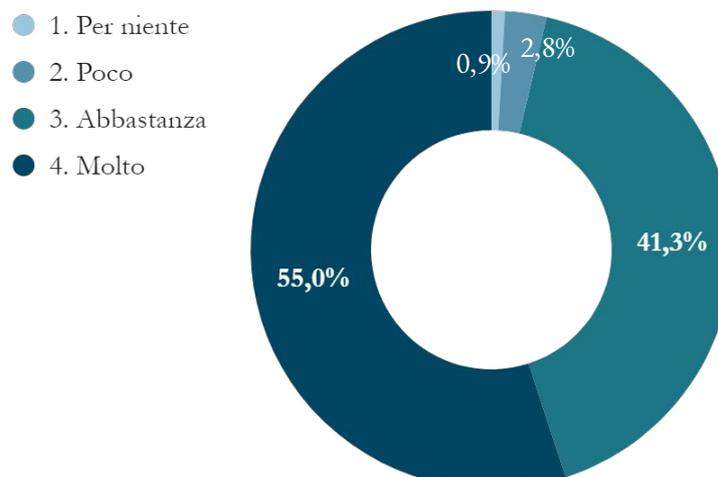
Incremento della sensibilità alla tematica del consumo sostenibile e responsabile



Il 93,6% dei rispondenti dichiara che l'incontro ha contribuito ad aumentare la sensibilità alla tematica. Il punteggio medio delle risposte è 3,39.

Rispetto all'incremento della consapevolezza grazie alla partecipazione all'incontro di WeLike, il 96,3% ha dato una risposta positiva. Il punteggio medio delle risposte all'item è 3,50.

Incremento della consapevolezza rispetto alle tematiche del consumo sostenibile e responsabile



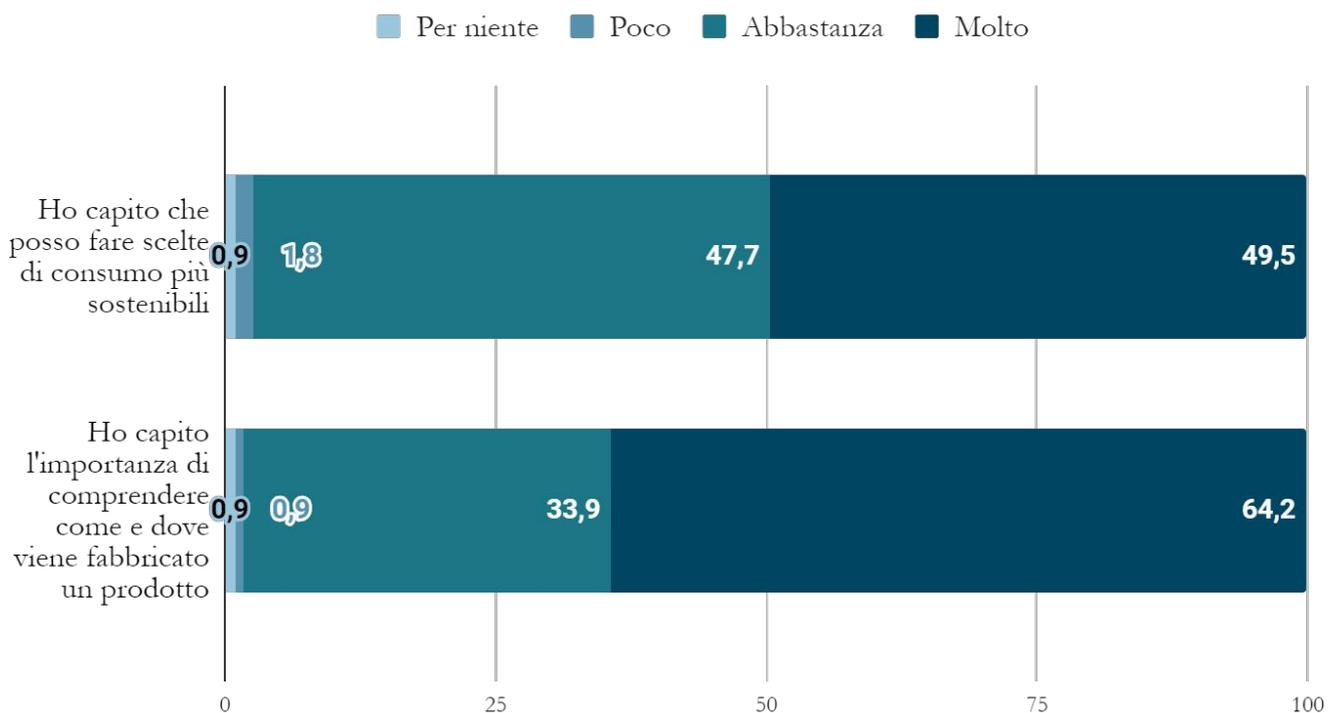
6.2. I CITTADINI

Per quanto concerne la consapevolezza si è voluto indagare due aspetti principali: la possibilità di fare scelte di consumo più sostenibili e l'importanza di comprendere come e dove viene fabbricato un prodotto, tematiche ricorrenti nelle diverse attività del Progetto We Like, We Share, We Change.

Come si può osservare nel seguente grafico, le percentuali di risposte negative sono basse, quasi la totalità del campione ha risposto positivamente agli item:

- Il 97,2% dei rispondenti dichiara di aver capito che può fare scelte di consumo più sostenibili grazie all'incontro
- Il 98,1% dichiara di aver capito l'importanza di comprendere come e dove viene fabbricato un prodotto. Le risposte positive "Molto" (64,2%), in questo item, sono superiori all'item precedente (49,5%). Il dato potrebbe essere ricollegato al fatto che l'attività di Teatro Forum era particolarmente focalizzata su questo aspetto.

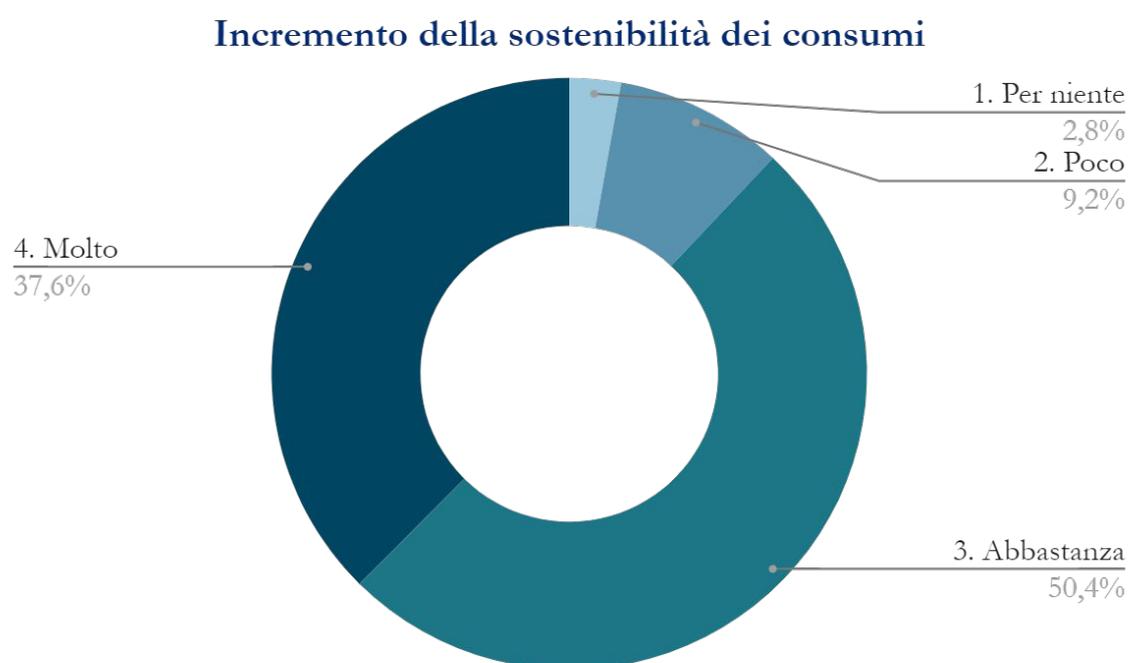
Grazie a questo incontro



6.2. I CITTADINI

L'*outcome* relativo alla **sostenibilità dei consumi** è stato indagato mediante una scala di valutazione Likert a 4 punti.

Ai rispondenti è stato chiesto “Da 1 a 4, quanto la partecipazione all’attività di Teatro Forum ha contribuito a rendere le tue abitudini di consumo maggiormente sostenibili e responsabili?”.



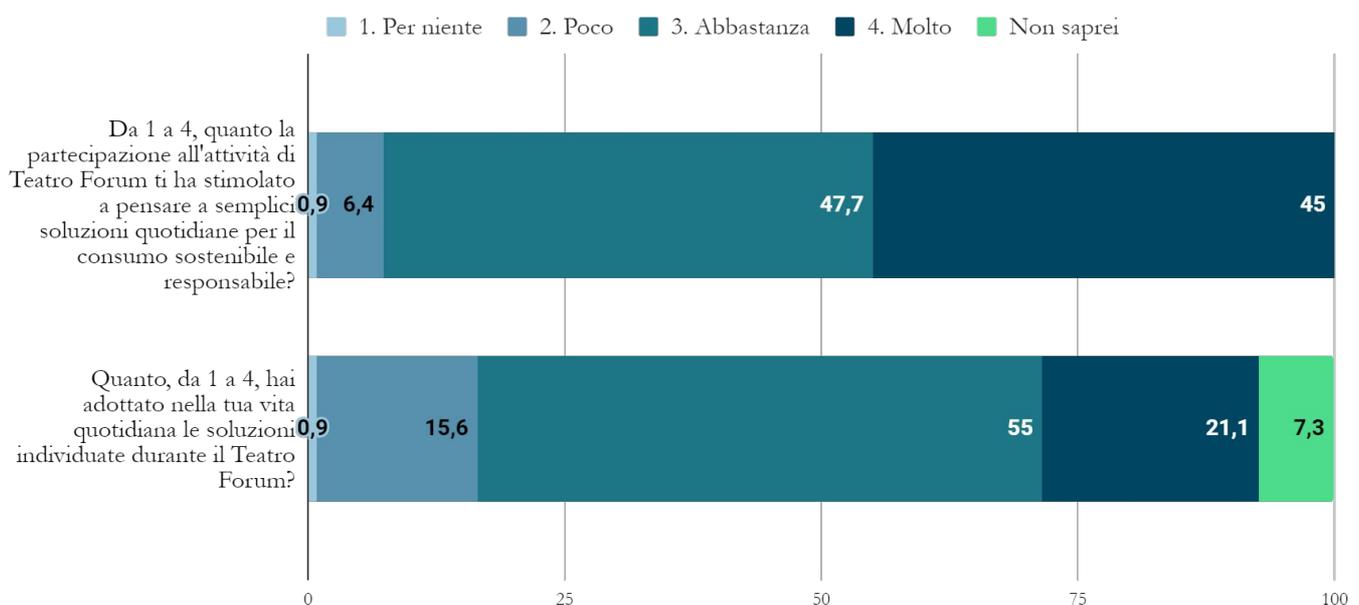
L’88,1% delle risposte all’item sono positive, quasi la totalità del campione dichiara che la partecipazione alla Tappa di Teatro Forum ha contribuito a rendere le proprie abitudini maggiormente sostenibili. Il punteggio medio è 3,22, valore positivo e attribuibile all’alta frequenza di risposte “Abbastanza”.

6.2. I CITTADINI

Nel Teatro Forum si mette in scena una situazione conflittuale ed è una forma di teatro sociale che stimola la partecipazione attiva del pubblico a ricercare soluzioni a problemi e conflitti. Durante la prima scena il pubblico scopre e identifica problemi ed errori. Poi si chiede agli spettatori se si può far evolvere la situazione. La scena riparte così un'altra volta e il pubblico può interromperla per proporre delle alternative. Il pubblico scopre quali sono le conseguenze di ogni nuova proposta. Dopo ogni intervento, vengono poste delle domande al pubblico per stimolare la partecipazione e la ricerca di soluzioni. Alla fine dell'evento, si riassumono le alternative e le soluzioni che il pubblico ha considerato più pertinenti*.

Per la peculiarità dell'attività descritta, sono stati inseriti due item nel questionario che indagano l'**individuazione di alternative e la loro sperimentazione nella vita quotidiana**, in relazione all'*outcome* **incremento della sostenibilità dei consumi**.

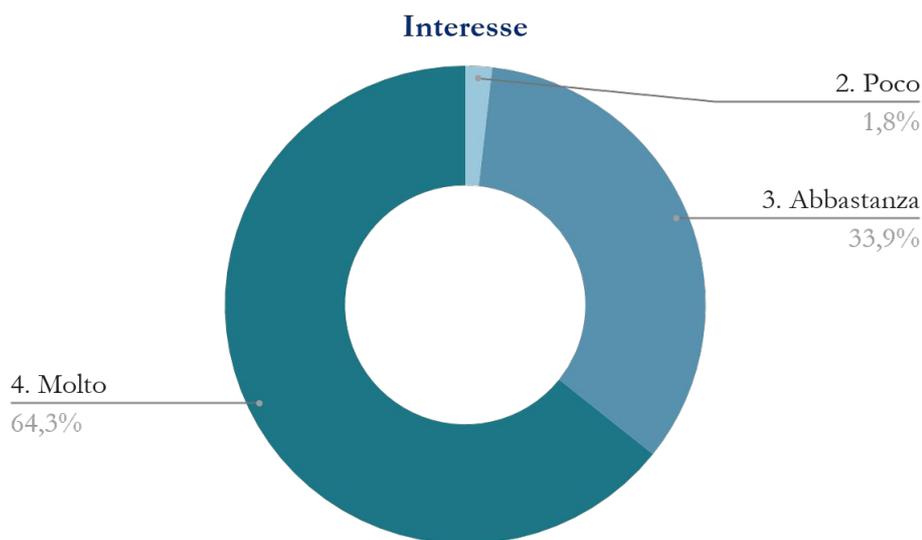
Individuazione e applicazione di semplici soluzioni quotidiane per il consumo sostenibile e responsabile



Quasi la totalità dei cittadini, il 92,7%, dichiara che la partecipazione all'attività di Teatro Forum li ha stimolati a pensare a semplici soluzioni quotidiane per il consumo sostenibile e responsabile, con un punteggio medio delle risposte di 3,36. Alte le percentuali di risposte "Molto" nei cittadini delle Tappe di Roma (30,6%) e Varese (22,4%).

Rispetto all'applicazione delle strategie, il 76,1% dichiara di aver adottato nella propria vita quotidiana le soluzioni individuate durante il Teatro Forum, con un punteggio medio delle risposte di 3,03. La distribuzione delle risposte positive "Molto" in base alle Tappe del Teatro Forum presentano una percentuale maggiore per i partecipanti alla Tappa di Roma (31,8%) mentre le Tappe di Cecina e Pisa hanno le percentuali maggiori di risposte "Poco". Alta la percentuale di risposte "non saprei" (7,3%).

6.2. I CITTADINI



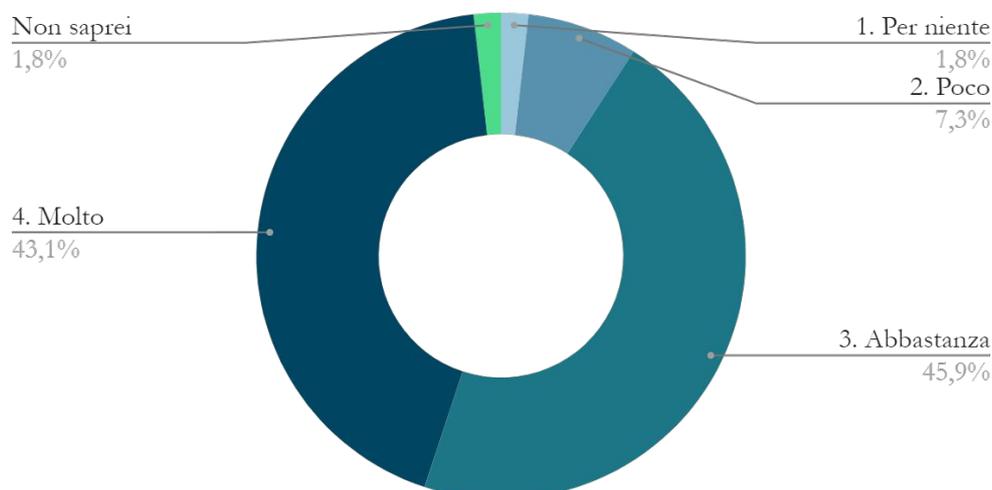
Alla domanda “Quanto l’incontro è stato interessante?” la maggioranza dei cittadini, il 64,3%, ha risposto “molto” e solamente l’1,8% ha dato una risposta negativa. La media del punteggio delle risposte è di 3,6.

Rispetto alla distribuzione delle risposte in base alla

Tappa di Teatro Forum, le risposte “molto” sono state fornite in misura maggiore dai partecipanti alla Tappa di Roma, con una percentuale del 27,5%.

L’89% dei rispondenti dichiara che parteciperà attivamente a iniziative e attività che si occupano di consumo critico e sostenibilità ambientale, mentre il 9,1% ha dato una risposta negativa. Il punteggio medio a questo item è di 3,3 escludendo le risposte “Non saprei”. Il *trend* delle risposte positive si ripresenta anche nella partecipazione ad iniziative future: la percentuale di risposte “molto” è maggiore nelle risposte dei partecipanti alla Tappa di Roma, il 31,9% del totale.

Partecipazione attiva a iniziative e attività che si occupano di consumo critico e sostenibilità ambientale



6.3. LA RETE TERRITORIALE

La ricerca valutativa si è basata su quattro linee di analisi per indagare l'impatto della rete territoriale sul progetto: il ruolo del referente e il contesto territoriale in cui si è inserita la rete, i vantaggi dello stare in rete, i cambiamenti generati dalla rete, la sostenibilità della rete.

A. La rete: i referenti e il territorio

- **Ruolo del referente:** tutte le persone coinvolte nella valutazione della rete territoriale hanno dichiarato di aver preso parte al progetto per il forte **interesse** verso i temi del consumo sostenibile, oltre che per il loro **ruolo di coordinatori e responsabili** all'interno di MC o CIES. Il compito principale dei referenti riguardava la **gestione della comunicazione e dell'organizzazione della rete territoriale** sia sul piano interno, ovvero il coordinamento delle attività progettuali nelle varie sedi territoriali coinvolte, sia sul piano esterno tramite il contatto e l'ingaggio di altre associazioni presenti nelle varie province in cui si sono svolte le attività del progetto.

“Ritengo di essere un poco il cardine di questa modalità organizzativa [...]. Il mio ruolo ha questa finalità, il centro di questi contatti.” Referente MC Napoli/Caserta

- **Rilevanza del progetto:** il progetto We Like, We Share, We Change ha potuto fare affidamento sulla presenza di **reti territoriali locali già consolidate** che hanno facilitato il coinvolgimento dei beneficiari diretti e la sensibilizzazione della cittadinanza ai temi del consumo sostenibile. Il lavoro quotidiano di sensibilizzazione dei cittadini alla responsabilità di consumo, portato avanti nel tempo da MC e CIES, ha creato delle reti di **collaborazione tra associazioni, istituzioni e scuole** che hanno **favorito l'accoglienza del progetto** nei territori, riconoscendo la validità dell'intervento e l'importanza dei temi proposti. A conclusione dell'intervento, il coinvolgimento di altre associazioni territoriali ha permesso di **esportare la cultura del consumo** anche al di fuori di MC e CIES, **umentando la sensibilizzazione dei cittadini alla responsabilità sociale di consumo** anche grazie alla commistione tra i temi del progetto e i bisogni rilevati dalla cittadinanza nei territori coinvolti.

“Facevamo parte di diverse reti, una di queste era il COCIS, [...] Nel 2012 facemmo un progetto e prevedeva la realizzazione di un percorso teatrale interattivo e [...] facemmo varie tappe in varie città italiane utilizzando la rete delle associazioni del COCIS in Umbria, Toscana, Sicilia e Lazio. Facemmo anche un altro percorso “Il viaggio equo e solidale”, sempre interattivo molto simile a quello fatto con We Like [...]. Quindi c'era già una rete già sensibilizzata sulla metodologia del gioco di ruolo e sulle tematiche. [...] MC ha garantito una presenza stabile e organizzata delle loro sezioni regionali e noi abbiamo utilizzato i collegamenti che avevamo precedentemente tramite l'associazione AOI, tramite contatti con altre associazioni come Arci, GUS, altre con cui eravamo in contatto.” Referente CIES Roma/Nazionale

6.3. LA RETE TERRITORIALE

B. I vantaggi dello stare in rete

- **Capacità della rete di alimentare e sostenere le attività del progetto:** la rete ha lavorato alla realizzazione del Percorso di Teatro Interattivo e delle tappe del Teatro Forum, **sostenendo l'organizzazione, la gestione e la logistica delle attività**, in alcuni casi anche integrandole con nuove iniziative esterne al progetto⁴. Inoltre, la collaborazione tra le associazioni del territorio ha permesso di gestire le attività efficientemente, **rispondendo ai problemi incontrati** nelle diverse province relativi alla logistica nelle scuole e al tempo da dedicare alla costruzione e svolgimento dell'intervento.

“[Problemi] soprattutto logistici, [...] però l'interesse delle scuole era molto forte tanto che noi per altre strade abbiamo trovato altre associazioni [...] che in pochi giorni ha trovato una scuola disponibile, gli spazi e tutto quanto. Sicuramente, se fai un progetto con le scuole lo devi mettere come dato certo che ci saranno problemi. Perché ci sono tantissimi referenti e a meno che non trovi una scuola che funzioni egregiamente c'è sempre un problema di logistica ed è veramente complicato. Il teatro non è stato facile, se posso individuare una criticità, non tanto del progetto, quanto della specifica di questo teatro partecipato che non si adatta molto agli spazi, però è stata una bella sfida.”

Referente CIES Roma/Nazionale

“[La rete è stata il] Punto di forza per realizzare il progetto per farlo funzionare come macchina perfetta e senza defianze.”

Referente MC Napoli/Caserta

- **Ingaggio attivo dei suoi membri:** La partecipazione di **volontari** e **collaboratori** delle associazioni partner e del territorio, già formati sui temi del consumo sostenibile e nella sensibilizzazione della cittadinanza, ha consentito alla rete di gestire **efficacemente le attività e la loro implementazione**.

In particolare, i beneficiari dell'intervento del Percorso di Teatro Interattivo sono stati coinvolti⁵ attivamente grazie alla grande sensibilizzazione operata da MC e CIES nei territori di riferimento prima di We Like, We Share, We Change e durante l'intervento con il lavoro della rete territoriale. Secondo gli intervistati, infatti, emerge per gli **studenti un forte interesse verso la cultura del consumo** e la sua **applicabilità nella vita quotidiana**, elemento in linea anche con quanto emerso dai questionari. Inoltre, per alcuni giovani tale interesse si è già concretizzato prendendo parte al lavoro di sensibilizzazione alla responsabilità sociale al consumo portato avanti dalle associazioni⁶.

⁴ Ad esempio, nel Percorso di Teatro Interattivo nella provincia di Rovigo, al fine di incrementare l'interesse dei beneficiari verso i temi affrontati, MC aveva istituito tre premi da destinare alle classi che avevano dimostrato maggiore collaborazione al progetto e prodotto materiali più interessanti in termini di informazione e di documentazione delle attività svolte.

⁵ L'ingaggio dei beneficiari è continuato anche in seguito all'emergenza socio-sanitaria causata dalla diffusione del COVID-19, ad esempio, attraverso la rimodulazione delle attività di Teatro Forum in via telematica.

⁶ Nella scuola di Rovigo in cui è stato svolto il Percorso di Teatro Interattivo, all'avvio del progetto sono stati scelti i due studenti più rappresentativi dell'istituto per recitare nello spettacolo finale dell'intervento. A conclusione delle attività, grazie al sostegno della sede provinciale di MC, questi due studenti hanno continuato la sensibilizzazione sul consumo responsabile attraverso uno sportello informativo interno alla scuola.

6.3. LA RETE TERRITORIALE

“La macchina della mostra richiedeva 10 figure [...]. Quindi non abbiamo selezionato persone esterne, ma abbiamo cercato di scegliere uno ad uno le persone [...] all'interno delle strutture che conoscono MC [...], nell'ambito delle nostre conoscenze, anche appoggiandoci alle altre associazioni di consumatori, quindi selezionando quelle figure che potevano effettivamente calarsi nella parte, sia in quella introduttiva che in quella descrittiva che era quella di cimentarsi nella recitazione ma sempre mantenendo quei contenuti. Nel nostro caso è stato un lavoro corale e come impostazione di lavoro non poteva riuscire prendendo degli esterni pagati.” Referente MC Napoli/Caserta

C. Impatto della rete e cambiamento

- **Impatto che la rete ha avuto sui beneficiari diretti e sulle attività del progetto**

La rete territoriale è stata fondamentale allo svolgimento delle attività del progetto, le quali hanno portato ad un **incremento della consapevolezza dei processi produttivi e delle tematiche del consumo responsabile** tra i beneficiari dell'intervento. Secondo i referenti territoriali, tra gli **studenti** che hanno preso parte al Percorso di Teatro Interattivo è emersa soprattutto la **consapevolezza delle proprie capacità di azione nella filiera di consumo**, riconoscendo nella partecipazione attiva lo strumento di cambiamento delle forme di sfruttamento economico-produttivo. Secondo la referente campana, tale aumento di consapevolezza tra i giovani è stato possibile grazie alla **metodologia** impiegata nel progetto: la forma teatrale, favorendo l'immedesimazione nelle scene recitate e il confronto tra pari, ha generato una **maggiore sensibilità** verso i temi trattati e le discriminazioni subite dai lavoratori di alcune filiere di produzione⁷ e ha condotto ad una **maggiore integrazione nella classe** tra studenti nati in Italia e studenti provenienti da altri paesi.

“Per quanto riguarda [la metodologia] l'attività del teatro partecipato, anche proprio la consapevolezza del possibile cambiamento, che lì nel caso del teatro è il cambiamento di una trama, ma è evidentemente una metafora del cambiamento possibile che puoi fare se modifichi i comportamenti tuoi e degli altri. Il valore della partecipazione.”
Referente CIES Roma/Nazionale

“La cosa che è stata molto di impatto e che ha aperto una visuale nuova nei ragazzi è stata quella di avvicinarli attraverso la forma teatrale ad immergersi nella scena. Perché nel momento in cui [...] intervieni facendo sentire sulla loro pelle quella abitudine sbagliata di consumo, come del lavoro nei campi... Mi è capitato che tra alcuni ragazzi che hanno partecipato c'era qualcuno immigrato che la storia è stata quella. È l'approccio che è stato diverso e che ha creato una sensibilità diversa nei partecipanti. [...] Quindi spettatori da un lato passivo per poi essere attori nel contesto e questa cosa è stata molto apprezzata e ha creato l'interesse che ha fatto partire una serie di ragionamenti.”
Referente MC Napoli/Caserta

⁷ Ad esempio, nella scuola campana uno degli studenti che ha partecipato al percorso di teatro interattivo ha raccontato di aver vissuto in prima persona alcune delle esperienze affrontate in classe durante le attività. Questa condivisione ha portato i suoi compagni di classe a conoscere più da vicino il percorso di sfruttamento lavorativo a cui sono soggetti alcuni loro coetanei provenienti da paesi esteri.

6.3. LA RETE TERRITORIALE

- **Impatto che la rete ha avuto su MC e CIES**

La dimensione dell'impatto della rete sulle due associazioni partner è stata indagata secondo un **approccio quali-quantitativo**. Gli intervistati potevano rispondere ai singoli item per la misurazione dell'impatto indicando un punteggio su una scala Likert a 5 punti*, a cui poi seguiva un approfondimento qualitativo della risposta indicata. Nella fase di analisi si sono sommati i punteggi dati da ogni rispondente ai singoli item definendo una classifica degli *outcome* su cui l'impatto è stato maggiore. Contestualmente si sono analizzati i dati qualitativi relativi ai punteggi indicati.



Il lavoro della rete ha aumentato la **visibilità** di MC e CIES in tutte le province in cui si sono svolte le attività progettuali, grazie soprattutto ai temi affrontati e alla metodologia impiegata nel coinvolgimento dei beneficiari del Percorso di Teatro Interattivo e del Teatro Forum. Contestualmente, per MC e CIES si è **rafforzata** anche **la capacità di attivazione dei servizi** grazie alla creazione di un sistema di relazioni che ha visto coinvolte le istituzioni (es., comuni e municipi), le scuole e altre associazioni locali.



La rete territoriale ha **consolidato le capacità gestionali e organizzative** di MC e CIES, in quanto il progetto richiedeva modalità innovative di realizzazione delle attività e un confronto più ampio e complesso con le realtà istituzionali e associative presenti sul territorio. In particolare, il confronto con queste ultime ha permesso alle associazioni partner di **aumentare le proprie conoscenze e competenze**: MC ha potuto rafforzare il proprio *know how* sui metodi educativi, soprattutto per quelle attività rivolte a giovani e studenti, mentre CIES ha consolidato le sue conoscenze sui temi del consumo sostenibile.



Nello specifico, la rete territoriale ha contribuito ad **incrementare e migliorare i rapporti con le scuole**, le quali grazie alla loro radicata presenza sul territorio, sono state i soggetti principali sia nell'attuazione del Percorso di Teatro Interattivo che nel coinvolgimento dei beneficiari e della cittadinanza. Inoltre, l'originalità del progetto unita ad una grande sensibilizzazione del territorio alle tematiche del consumo sostenibile hanno portato altre associazioni a richiedere **nuove collaborazioni** con MC e CIES per futuri progetti o iniziative locali.

*La scala Likert comprendeva 5 opzioni di risposta: Per niente 1, Poco 2, Abbastanza 3, Molto 4, Moltissimo 5.

6.3. LA RETE TERRITORIALE

D. Sostenibilità

I referenti territoriali si dichiarano positivi sulla **continuità del progetto** e dunque sul lavoro di rete, anche nel lungo periodo, in quanto le **tematiche** affrontate risultano estremamente attuali e interessanti, in particolare per i **giovani**, e potenzialmente **riproducibili** o **adattabili** a modalità di partecipazione differenti (es., attività online). La continuità del progetto è infatti connessa al suo essere considerato come **moltiplicatore di buone pratiche**, nello specifico per il metodo educativo adottato nelle scuole, in grado di coinvolgere attivamente i giovani e stimolare in loro un pensiero critico sulla filiera produttiva e l'importanza del consumo sostenibile. Infine, un punto di forza per la **sostenibilità** del progetto, e dunque per il lavoro di rete, risiede proprio nella possibilità di avviare **nuove collaborazioni** con le associazioni presenti sul territorio, con le quali unire competenze ed esperienze, al fine di avere **un impatto concreto sul territorio** lavorando sia sui temi della responsabilità sociale di consumo, sia su altre tematiche (es., migrazioni e diritti ambientali) direttamente connesse ai bisogni della cittadinanza.

7. CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

Tra gli obiettivi specifici del Progetto We Like, We Share, We Change vi sono la sensibilizzazione dei giovani a tematiche come l'impatto delle scelte di consumo e la promozione di modelli di consumo sostenibile. I dati confermano la rilevanza dell'intervento e la necessità di investire nell'educazione dei giovani cittadini per renderli consapevoli e agenti del cambiamento. La maggioranza di loro, infatti, prima delle attività progettuali, non aveva mai preso parte ad iniziative sul consumo critico e responsabile e non considerava l'impatto che un prodotto può avere sull'ambiente o sul benessere delle persone; alla fine dell'intervento, quasi la totalità degli studenti dichiara di essersi divertito e di aver reputato l'incontro interessante. Inoltre, la maggioranza dei beneficiari vorrebbe dedicare più tempo ad attività che si occupano di consumo critico e sostenibilità ambientale, aspetto in linea con l'obiettivo specifico del Progetto di promuovere nei giovani la cultura della cittadinanza attiva e del volontariato.

Partendo dall'attività del Percorso Interattivo Teatrale, infatti, diversi dei giovani coinvolti hanno proseguito il loro impegno nella sensibilizzazione al consumo sostenibile divenendo volontari di Movimento Consumatori e partecipando alle loro attività.

Il Progetto ha aumentato la conoscenza dei giovani e la loro consapevolezza delle tematiche relative al consumo sostenibile e responsabile. L'incontro di Teatro Interattivo, grazie anche alla metodologia educativa, ha permesso l'acquisizione di informazioni da parte dei giovani e la loro sensibilizzazione. Vi è stato un incremento della consapevolezza dell'importanza che hanno le scelte del singolo consumatore in relazione all'acquisizione di comportamenti sostenibili. L'intervento educativo e la consapevolezza portano, in questo senso, ad un atteso aumento della sostenibilità dei consumi: la maggior parte dei giovani studenti cercherà di cambiare i propri comportamenti di consumo, facendo attenzione all'impatto ambientale dei prodotti. La propensione al cambiamento e al consumo critico è alta per quasi la totalità degli studenti, i quali dichiarano, infatti, che grazie all'incontro prenderanno in considerazione diversi aspetti legati alla sostenibilità delle proprie scelte e acquisti.

Anche l'attività di Teatro Forum è risultata essere rilevante e significativa per i cittadini. Per la metà dei cittadini rispondenti al questionario, l'incontro rappresenta una nuova esperienza non avendo mai partecipato ad attività legate al consumo critico e sostenibile.



CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

Per quasi la totalità dei cittadini l'incontro è stato interessante e dichiarano che in futuro parteciperanno attivamente a iniziative che si occupano di consumo critico e sostenibilità ambientale, dato di fondamentale importanza in relazione all'obiettivo generale, individuato tramite la Teoria del Cambiamento, dell'incremento della responsabilità sociale di consumo.

Il Progetto, in primo luogo, si è dimostrato efficace nell'incremento della conoscenza dei cittadini: si è verificato un aumento della conoscenza per tutti gli argomenti trattati tra prima e dopo l'incontro. Grazie al progetto, si è verificato un incremento della sensibilità e della consapevolezza rispetto alle tematiche del consumo sostenibile e responsabile. Anche i cittadini, infatti, dichiarano che grazie al progetto hanno compreso l'importanza delle scelte del consumatore, passaggio importante per l'acquisizione di comportamenti sostenibili.

Il progetto si è rivelato efficace anche nell'incremento della sostenibilità dei consumi: quasi la totalità dei cittadini ha cambiato le proprie abitudini di consumo rendendole più sostenibili grazie alla partecipazione alla Tappa di Teatro Forum. La partecipazione all'attività ha, inoltre, permesso ai cittadini di individuare delle strategie alternative maggiormente sostenibili e sperimentarle nella vita quotidiana. In questo senso, si caratterizza come un'attività che ha un risvolto concreto nella vita dei beneficiari offrendo degli spunti reali e pratici che possono aiutare i cittadini nel loro percorso di cambiamento per divenire consumatori sostenibili e responsabili.

A livello di processo, la struttura della rete territoriale si è rivelata efficace nel coinvolgimento attivo degli stakeholder nel progetto We Like, We Share, We Change. Grazie al lavoro di rete, le attività del Percorso Interattivo Teatrale e del Teatro Forum sono state implementate attraverso la collaborazione tra le varie associazioni partner e locali presenti nei territori.

Tale collaborazione ha consentito infatti l'organizzazione e la gestione delle diverse fasi di realizzazione delle attività, riconoscendo nel lavoro di rete un punto di forza nella risoluzione delle criticità del progetto, soprattutto per le problematiche connesse alla logistica dell'intervento.

Per quanto riguarda la dimensione dell'impatto del progetto, invece, per la rete territoriale il valore aggiunto di questa esperienza si è concentrato principalmente su due dimensioni: da una parte, sulla sua crescita in termini di aumento della visibilità di MC e CIES nelle province coinvolte dall'intervento. Dall'altra sulla maggiore capacità di risposta ai bisogni delle cittadinanza da parte della rete territoriale grazie al confronto con gli studenti e i cittadini sulle tematiche che più li coinvolgono quotidianamente nei loro territori di appartenenza.



CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

Infine per quanto riguarda la possibile durata e permanenza di questi effetti nel tempo, si può indicare nella rete territoriale un elemento positivo in grado di favorire la **sostenibilità** del progetto. La condivisione di esperienze e di valori tra le varie associazioni che compongono la rete territoriale è un fattore ad oggi consolidato, necessario alla realizzazione del progetto secondo diversi aspetti: la definizione degli stakeholder e delle istituzioni chiave da coinvolgere nell'intervento, l'implementazione delle attività, la diffusione dei temi sul consumo responsabile anche al di fuori di MC e CIES tramite il coinvolgimento di nuove organizzazioni nella sensibilizzazione della cittadinanza alla cultura del consumo.

Il Progetto è quindi in linea con la necessità individuata dalla Legge di Bilancio 2020 di sensibilizzare i cittadini attraverso strategie per l'educazione al consumo responsabile e la comprensione da parte dei cittadini del potere di mercato e di pressione che essi hanno sulle imprese. Le azioni a carattere educativo implementate a livello nazionale, grazie al lavoro di rete e al rafforzamento della rete stessa, hanno favorito la sensibilizzazione di cittadini e studenti e l'acquisizione di informazioni e conoscenze che permettono gradualmente l'identificazione da parte dei beneficiari in un ruolo attivo, promotore e agente di cambiamento. Il progetto We Like, We Share, We Change, tramite l'aumento della consapevolezza in studenti e cittadini sul consumo critico e sostenibile, ha quindi permesso la promozione di una "cultura" della sostenibilità che favorisce l'**incremento della responsabilità sociale di consumo**, stimolando anche i beneficiari a partecipare attivamente ad azioni legate alla sostenibilità ambientale e di consumo.

Un suggerimento per possibili studi futuri riguarda la raccolta dei dati quantitativi, ovvero la somministrazione dei questionari ad un campione di studenti e cittadini distribuiti in maniera omogenea sul territorio nazionale, al fine di ottenere dati maggiormente rappresentativi per tutti i territori coinvolti. A causa dell'emergenza sanitaria dovuta al COVID-19 non è stato possibile effettuare ulteriori rilevazioni dei dati coinvolgendo studenti e cittadini partecipanti alle attività progettuali. In questo senso, sarebbe stato utile ai fini della valutazione condurre delle rilevazioni qualitative su un campione di studenti e cittadini, con lo scopo di indagare ulteriormente e in modo approfondito gli impatti del progetto sui beneficiari in termini di rilevanza, efficacia e sostenibilità. Sarebbe, inoltre, interessante indagare l'effettiva assunzione e la messa in atto dei comportamenti virtuosi attenti alla sostenibilità che i giovani hanno dichiarato nei questionari e rilevare l'avvenuta o meno partecipazione da parte dei beneficiari ad attività che si occupano di consumo critico e sostenibilità ambientale.

BIBLIOGRAFIA

Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS), (2018), Strategia Italiana per l'Educazione alla Cittadinanza Globale, <http://www.info-cooperazione.it/wp-content/uploads/2018/02/Strategia-ECG.pdf>

Agenzia Regionale per la prevenzione e protezione ambientale del veneto (ARPAV), (2006-2007), Progetto "ribelli...per natura" campagna di comunicazione sul consumo responsabile rivolta agli adolescenti.

Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASVIS), (2020), Rapporto sulla Legge di Bilancio 2020 e lo sviluppo sostenibile. Esame dei provvedimenti e situazione dell'Italia rispetto ai 17 Obiettivi dell'Agenda 2030, 26 febbraio 2020.

Atkinson, R., (2002), L'intervista narrativa. Raccontare la storia di sé nella ricerca formativa, organizzativa e sociale, Raffaello Cortina

Cittadinanzattiva, (2017-2020), Progetto "SpreK.O. Una rete nazionale per la lotta allo spreco e la promozione del consumo responsabile".

Consumers' Forum, (2018), Manifesto della Sostenibilità Consumeristica, http://www.consumersforum.it/files/sostenibilit%C3%A0_consumeristica/Manifesto_sostenibilita_consumeristica_def_30_04_18.pdf

Corbetta, P. G., (1999), Metodologia e tecniche della ricerca sociale, Il Mulino

Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., (2011), Designing and conducting mixed methods research (2nd ed.), Sage

Legge 27 dicembre 2019, n.160. Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2020 e bilancio pluriennale per il triennio 2020-2022, Gazzetta Ufficiale.

Network Impact and Center for Evaluation Innovation, (2014), Innalzamento delle competenze, conoscenze, capacità gestionali e organizzative, Part 1 of a Guide to Network Evaluation, July 2014.

Osservatorio Internazionale per la Coesione e l'Inclusione Sociale (O.C.I.S), (2018), Rapporto sul Consumo sostenibile in Italia.

ONU, (2015), Trasformare il nostro mondo: l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, Settantesima Sessione, Assemblea Generale ONU.

Oxfam, Federconsumatori, (2019), Sondaggio Oxfam e Federconsumatori tra i consumatori italiani, presentato all'interno della campagna "#Al giusto prezzo".

Slow Food, (2017-2020), Progetto "CE: Cultura, Patrimonio, Identità e Cibo.

Weiss, C. (1997), Theory Based Evaluation: Past, Present and Future, in Rog, D.J., Fournier, D. (a cura di), Progress and Future Directions in Evaluation: Perspective on Theory, Practice and Methods, San Francisco, Jossey Bass (trad. it. La valutazione basata sulla teoria: passato presente e futuro, in Stame, N. (a cura di), Classici della valutazione, Milano, Franco Angeli, 2007)

Zammuner, V.L., (1996), Interviste e questionari. Processi psicologici e qualità dei dati, Borla



Do & think tank per l'innovazione sociale

Fondazione Human Foundation

segreteria@humanfoundation.it
www.humanfoundation.it