

AVVISO N. 2/2025

PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI DELL'ARTICOLO 72 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3 LUGLIO 2017, N. 117 E S.M.I.- ANNO 2025.

MODELLO D

SCHEDA DELLA PROPOSTA (INIZIATIVA O PROGETTO)

1a.– Titolo

PRISMA: le sfaccettature della sostenibilità

1b - Durata

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

18 mesi

2 - Obiettivi generali, aree prioritarie di intervento e linee di attività *(devono essere indicati rispettivamente massimo n. 3 obiettivi e n. 3 aree prioritarie di intervento, graduandoli in ordine di importanza 1 maggiore – 3 minore)*

2a - Obiettivi generali¹

[1] SDG 12 - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

[2] SDG 10 – Ridurre le ineguaglianze

[3] SDG 4 – Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento permanente per tutti

2b - Aree prioritarie di intervento²

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

[2] d) affiancamento leggero, consulenza e accompagnamento su temi specifici (sviluppo delle competenze sulle nuove tecnologie per la popolazione anziana, educazione al consumo, apprendimento della lingua, gestione budget familiare, ecc.), gruppi auto aiuto e confronto;

[3] e) promozione dell'educazione allo sviluppo sostenibile, anche tramite un'educazione volta ad uno sviluppo e uno stile di vita sostenibile, ai diritti umani, alla parità di genere, alla promozione di una cultura pacifica e non violenta, alla cittadinanza globale e alla valorizzazione delle diversità culturali;

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

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

2c- Linee di attività³

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

L'associazione proponenti, secondo quanto previsto dai propri Statuti e in riferimento anche a quanto previsto nell'art. 5 del Codice del terzo settore rientrano nelle seguenti linee di attività di interesse generale:

e) interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali, con esclusione dell'attività, esercitata abitualmente, di raccolta e riciclaggio dei rifiuti urbani, speciali e pericolosi, nonché alla tutela degli animali e prevenzione del randagismo, ai sensi della legge 14 agosto 1991, n.281;

v) promozione della cultura della legalità, della pace tra i popoli, della nonviolenza e della difesa non armata;

w) promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti delle attività di interesse generale di cui al presente articolo, promozione delle pari opportunità e delle iniziative di aiuto reciproco, incluse le banche dei tempi di cui all'articolo 27 della legge 8 marzo 2000, n. 53, e i gruppi di acquisto solidale di cui all'articolo 1, comma 266, della legge 24 dicembre 2007, n. 244

³ Ricomprese tra quelle di cui all'articolo 5 del d.lgs. 117/2017 e s.m.i. integralmente riportate nell'allegato 1 dell'Avviso 2/2025.

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

Esporre sinteticamente:

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

Abruzzo (Pescara); Basilicata (Matera, Potenza); Calabria (Catanzaro, Reggio C.); Campania (Napoli, Benevento, Salerno); Emilia Romagna (Faenza, Bologna); Friuli V.G. (Trieste, Pordenone); Lazio (Cassino, Roma, Viterbo); Liguria (Genova); Lombardia (Milano, Lecco); Marche (Ancona, Fermo); Molise (Campobasso, Venafrò); Piemonte (Torino); Puglia (Foggia, Bari, Lecce); Sardegna (Cagliari); Sicilia (Messina, Palermo, Siracusa); Toscana (Firenze); Umbria (Perugia), Veneto (Legnago); Trentino (Trento).

3.2. Idea a fondamento della proposta

In un contesto in cui la transizione ecologica e la sostenibilità rappresentano priorità globali, il **progetto PRISMA: le sfaccettature della sostenibilità** nasce con l’obiettivo di promuovere un **modello di cittadinanza attiva e consapevole**, fondato sui principi dell’economia circolare e del consumo responsabile e sostenibile che vada a prevenire e ridurre situazioni di povertà economica e sociale. L’economia circolare non rappresenta soltanto un paradigma ambientale, ma una **visione sistemica e integrata** che coniuga sostenibilità economica, ambientale e sociale. Essa mira a **ridurre gli sprechi, valorizzare le risorse, promuovere pratiche di riuso e migliorare l’efficienza dei consumi**, contribuendo al tempo stesso a **prevenire situazioni di fragilità economica e sociale** — come la povertà energetica — attraverso un approccio fondato sulla **responsabilità condivisa** tra cittadini, imprese e istituzioni. Negli ultimi anni le associazioni proponenti hanno sviluppato numerose iniziative e progetti volti a promuovere l’efficienza energetica, a prevenire le situazioni di fragilità economica delle famiglie e a diffondere un uso consapevole dei servizi e delle risorse. Pertanto, le attività previste nell’ambito di questo progetto si pongono in continuità con tali esperienze pregresse realizzate anche nell’ambito dei fondi finanziati dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, allargando lo sguardo ed il campo di azione, e al contempo consolidando un percorso di assistenza, educazione, informazione e tutela che mira a rafforzare la consapevolezza dei cittadini e la loro capacità di compiere scelte sostenibili, responsabili, facendo leva anche ai possibili vantaggi economici, di prevenzione della povertà energetica e della fragilità economica in generale. Il progetto PRISMA si articola su tre filoni complementari: **1) Prevenzione della povertà e fragilità economica, sostenibilità energetica e empowerment dei consumatori; 2) Consumi sostenibili: educazione, esperienza e azione; 3) economia circolare: dai rifiuti alle risorse.**

L’idea progettuale si basa sulla convinzione che la transizione verso modelli di consumo sostenibile richieda interventi educativi, pratici e partecipativi, capaci di coinvolgere un’ampia fascia della popolazione: giovani, famiglie, adulti e over 65, nelle scuole e nelle comunità locali. In particolare, con PRISMA, sono stati identificati **tre tipologie di cittadini consumatori**, con bisogni differenti e approcci differenziati: **1) consumatori in grave difficoltà economica**, che necessitano di consulenze personalizzate; **2) consumatori a rischio**, che si trovano in una condizione di fragilità economica o informativa e che rischiano di scivolare in situazioni di povertà o difficoltà nel pagamento dei servizi essenziali. Questi Cittadini hanno bisogno di essere informati, di essere tutelati e accompagnati da un servizio di assistenza ma anche educati ed orientati verso stili di vita e scelte di consumo maggiormente consapevoli, responsabili e sostenibili. Nell’ambito di questa categoria una particolare attenzione è rivolta ai **giovani tra i 13 e i 19 anni**. Questa fascia d’età, particolarmente sensibile ai temi della sostenibilità e dell’impatto ambientale, rappresenta un target strategico per la costruzione di comportamenti di consumo consapevoli, responsabili e sostenibili sin dai contesti educativi e scolastici; **3) consumatori “PRO”**, cittadini informati e non a rischio, che tuttavia desiderano orientare le proprie scelte verso il risparmio, l’efficienza e la sostenibilità, ma che non dispongono di informazioni chiare, aggiornate o facilmente accessibili per farlo. L’obiettivo finale del progetto è quello di

attuare una vera e propria **strategia di empowerment del consumatore**, fornendogli non solo informazione, educazione e consulenza, ma anche strumenti innovativi ed etici che possano renderlo autonomo, capace di orientarsi in un mercato in continuo mutamento e resiliente di fronte alle sfide economiche e ambientali del presente.

3.3. Descrizione del contesto

L'economia circolare rappresenta una priorità strategica per l'Italia, in coerenza con gli **obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile**, il Green Deal europeo, il Pacchetto UE sull'economia circolare e le politiche nazionali del PNRR. A livello europeo, le direttive comunitarie spingono verso la riduzione dei rifiuti, il riciclo, l'efficienza energetica e la partecipazione attiva dei cittadini alla transizione verde. Nel contesto italiano, gli studi recenti evidenziano tuttavia criticità persistenti. I dati dell'**Osservatorio Italiano sulla Povertà Energetica (2024)** segnalano che **oltre due milioni di famiglie vivono in condizioni di vulnerabilità energetica**, spesso prive di strumenti e conoscenze per migliorare l'efficienza dei propri consumi. Parallelamente secondo l'ultimo rapporto Cross Country Report - Il Caso Italia 2025 del **Waste Watcher International Observatory (2025)**, lo spreco alimentare domestico resta elevato, con **oltre 555 grammi pro capite a settimana**, mostrando progressi limitati rispetto al 2015. Questi fenomeni mostrano **forti disparità territoriali**, con il Sud e le aree rurali più penalizzate in termini di informazione, accesso ai servizi e opportunità di adottare pratiche sostenibili. Nonostante politiche mirate e gli strumenti previsti nel PNRR, restano significativi **gap informativi, culturali e tecnologici**, che limitano la diffusione di comportamenti sostenibili e circolari, soprattutto nei contesti più fragili. Queste condizioni delineano un contesto caratterizzato da: 1) una distanza tra consapevolezza ambientale e pratiche sostenibili effettive; 2) una scarsità di strumenti pratici, replicabili e accessibili, che rendano facile per i cittadini attuare comportamenti circolari e di risparmio; 3) una forte disparità territoriale e sociale che richiede un'azione localizzata e differenziata, capace di raggiungere le zone meno servite e i soggetti più fragili. Inoltre, secondo i dati **ISTAT (2024) e Legambiente**, la povertà continua a crescere, in particolare tra famiglie monogenitoriali e numerose, mentre **il 50% degli italiani non conosce pienamente i propri diritti e doveri di consumatore**. Nel solo 2024, 2,8 milioni di cittadini sono stati vittime di truffe economiche per oltre 500 milioni di euro, un dato che sottolinea la necessità di potenziare i percorsi di educazione e informazione. Saper gestire i propri consumi, comprendere le clausole contrattuali e orientarsi in modo consapevole nel mercato non è solo una competenza economica, ma anche una forma di **cittadinanza attiva e sostenibile**. Rafforzare la conoscenza e la partecipazione dei cittadini diventa quindi una condizione essenziale per ridurre le vulnerabilità sociali ed economiche e promuovere comportamenti più responsabili verso l'ambiente e la comunità. In risposta a queste sfide nasce **PRISMA: le sfaccettature della sostenibilità**, un progetto che mira a colmare le lacune esistenti attraverso percorsi di formazione, strumenti digitali, spazi pratici e reti di supporto territoriale. L'obiettivo è tradurre concretamente i principi dell'economia circolare e dell'efficienza energetica, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU, delle politiche europee e delle strategie nazionali italiane.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

In merito ai bisogni: 1) Carenza di informazioni chiare e di strumenti di supporto per cittadini a rischio di povertà e/o in fragilità economica; 2) Necessità di accrescere la consapevolezza dei giovani e dei cittadini adulti su spreco alimentare e consumo responsabile; 3) Mancanza di strumenti pratici e innovativi per favorire pratiche di riuso, riciclo e il consumo consapevole; 4) Scarsa consapevolezza e partecipazione dei cittadini sui temi della sostenibilità e dell'economia circolare; 5) Necessità di ridurre le situazioni di vulnerabilità economica e informativa attraverso strumenti di analisi e comparazione accessibili;

In merito alle esigenze: 1) Fornire servizi di consulenza, supporto digitale e materiali informativi facilmente accessibili per favorire scelte consapevoli e ridurre il rischio di povertà e di fragilità economica ed informativa. 2) Realizzare percorsi educativi per promuovere comportamenti responsabili, virtuosi sul consumo consapevole. 3) Creare strumenti pratici e iniziative replicabili sul territorio che consentano ai cittadini di sperimentare e adottare comportamenti sostenibili.

4) Rafforzare la capacità dei cittadini di orientarsi e tutelarsi, fornendo percorsi educativi e informativi, supporto personalizzato e strumenti di empowerment energetico e di consumo.

3.5. Metodologie

Indicare con una X la metodologia dell'intervento proposto

A) Innovative rispetto:

☐ al contesto territoriale

☒ alla tipologia dell'intervento

☐ alle attività dell'ente proponente (o partners o collaborazioni, se previste).

B) ☐ pilota e sperimentali, finalizzate alla messa a punto di modelli di intervento tali da poter essere trasferiti e/o utilizzati in altri contesti territoriali.

C) ☒ di innovazione sociale, ovvero attività, servizi e modelli che soddisfano bisogni sociali (in modo più efficace delle alternative esistenti) e che allo stesso tempo creano nuove relazioni e nuove collaborazioni accrescendo le possibilità di azione per le stesse comunità di riferimento.

Specificare le caratteristiche:

Innovatività rispetto alla tipologia dell'intervento

Il progetto PRISMA: le sfaccettature della sostenibilità si distingue per l'**approccio multidimensionale e integrato** che coniuga informazione, educazione e partecipazione attiva dei cittadini all'interno di un modello di **cittadinanza sostenibile e consapevole**.

L'innovazione risiede nella capacità di superare gli interventi tradizionali di assistenza o informazione, proponendo invece un sistema coordinato di azioni che: **integra strumenti digitali e presenza territoriale**, con l'attivazione di sportelli fisici supportati da un consulente virtuale ("Service Tutor") basato su intelligenza artificiale; **personalizza gli interventi in base ai bisogni e ai profili dei cittadini** (consumatori in difficoltà, a rischio, o "PRO"), offrendo percorsi e contenuti su misura; **combina formazione, esperienzialità e gamification**, attraverso laboratori pratici, attività scolastiche e strumenti ludico-educativi (es. "Escape Room Spreco Zero"), rendendo l'apprendimento attivo, coinvolgente e duraturo;

Innovazione sociale: Il progetto introduce un modello di **innovazione sociale** che risponde in modo più efficace ai bisogni di sostenibilità economica, ambientale e sociale, creando al contempo nuove relazioni e reti collaborative tra cittadini, scuole, associazioni e istituzioni. Le principali caratteristiche innovative sono: **Co-progettazione e partecipazione attiva dei cittadini**: i destinatari non sono solo beneficiari ma attori del cambiamento, coinvolti in percorsi partecipativi (Osservatorio Giovani, Ambasciatori Anti-Spreco, laboratori territoriali, eventi di comunità). **Uso etico e inclusivo della tecnologia**: il "Tutor digitale" rappresenta una novità nel campo della tutela dei consumatori: un assistente virtuale etico e non commerciale, progettato per aumentare autonomia, consapevolezza e capacità di scelta dei cittadini, riducendo le disuguaglianze informative. **Modello replicabile e sostenibile nel tempo**: l'insieme delle metodologie e degli strumenti sviluppati (kit didattici, format laboratoriali, piattaforme digitali) è pensato per essere replicabile e scalabile, favorendo la continuità e la diffusione delle buone pratiche oltre la durata del progetto.

4- Risultati attesi (Massimo due pagine)

Con riferimento agli obiettivi descritti, indicare:

<i>Destinatari degli interventi (specificare)⁴</i>	<i>Numero</i>	<i>Modalità di individuazione</i>
Studenti delle scuole secondarie di secondo grado, con priorità per gli istituti alberghieri e della ristorazione.	350	Attraverso la collaborazione con gli istituti scolastici e con la rete territoriale di scuole alberghiere, che saranno invitate a partecipare agli incontri sullo spreco alimentare (WP3) tramite accordi e manifestazioni d'interesse. Gli obiettivi sono l'aumento del livello di consapevolezza e conoscenza dei giovani sul tema dello spreco alimentare, del consumo consapevole e della sostenibilità nella filiera del cibo e l'acquisizione di competenze pratiche, soprattutto da parte degli studenti degli istituti alberghieri, relative alla gestione sostenibile delle risorse, alla riduzione degli scarti e al recupero creativo degli alimenti.
Ragazzi e ragazze dai 13 ai 19 anni	50	Attraverso il coinvolgimento diretto delle amministrazioni locali e degli enti del terzo settore attivi nei centri di aggregazione giovanile, per garantire il coinvolgimento di studenti e giovani anche al di fuori del contesto scolastico alle attività progettuali (WP3) in ottica di inclusione e diffusione più ampia della cultura della sostenibilità.
Consumatori in grave difficoltà economica, a rischio e "pro" età anagrafica Over50	100	Attraverso il ciclo di incontri sulla economia circolare (WP4) e grazie alla rete del partenariato. L'obiettivo dei laboratori/workshop è quello di offrire ai consumatori, over50, la possibilità di ampliare la propria conoscenza sulla tematica dell'economia circolare al fine di prevenire eventuali situazioni di difficoltà economica e sociale. E' inoltre prevista la registrazione degli eventi, la compilazione della lista partecipanti e la condivisione di materiale informativo cartaceo e non, con quanti saranno interessati a replicare gli workshop.
Consumatori in grave difficoltà economica, a rischio e "pro" età anagrafica 18-45 in difficoltà lavorativa/economica	100	Attraverso il ciclo di incontri sulla economia circolare (WP4) e grazie alla rete del partenariato. L'obiettivo dei laboratori/workshop è quello di offrire ai consumatori adulti in difficoltà economica, lavorativa, la possibilità di ampliare la propria conoscenza sulla tematica dell'economia circolare al fine di prevenire eventuali situazioni di difficoltà economica e sociale. E' inoltre prevista la registrazione degli eventi, la compilazione della lista partecipanti e la condivisione di materiale informativo cartaceo e non, con quanti saranno interessati a replicare gli workshop.
Consumatori in grave difficoltà economica, a rischio e "pro" età anagrafica dai 18 anni in poi.	3000	Attraverso gli sportelli sul territorio che offriranno supporto e consulenza ai cittadini sui temi del consumo consapevole, della sostenibilità e dei diritti dei consumatori nei diversi settori di servizio, e che forniranno aiuto ai cittadini e gli stakeholder del territorio che necessitano di

⁴ Specificare tipologia, numero e fascia anagrafica, nonché modalità per la loro individuazione. Indicare le ragioni per le quali le attività previste dovrebbero migliorarne la situazione. Dare evidenza dei risultati concreti da un punto di vista quali-quantitativo. Infine, i possibili effetti moltiplicatori (descrivere le possibilità di riproducibilità e di sviluppo dell'attività di riferimento e/o nel suo complesso).

		supporto/consulenza sui temi del progetto, al fine di prevenire la povertà e la fragilità sociale (WP 2, task 2.1).
Consumatori in grave difficoltà economica, a rischio e “pro” età anagrafica dai 18 anni in poi.	800	Attraverso il tutor digitale, un sistema digitale innovativo basato su intelligenza artificiale, sviluppato per supportare i consumatori — e gli sportelli territoriali — nel comprendere, confrontare e valutare in modo semplice, trasparente e personalizzato i diversi contratti di servizio.
Cittadini in generale, con particolare focus su consumatori in grave difficoltà economica, a rischio e “pro” età anagrafica dai 18 anni in poi.	171.300	Attività di comunicazione ed informazione attraverso una strategia integrata di comunicazione, informazione e sensibilizzazione rivolta a target differenziati — consumatori, stakeholder, cittadini e media.

- Ragioni per le quali le attività previste dovrebbero migliorarne la situazione

Le attività del progetto PRISMA mirano a migliorare la situazione attuale attraverso un approccio integrato che combina **informazione, consulenza, educazione e partecipazione attiva** dei cittadini.

Le ragioni per le quali le attività dovrebbero migliorare la situazione sono: **la rispondenza ai bisogni rilevati**. Le azioni sono state costruite sulla base delle analisi e dei bisogni emersi dalle iniziative e già progetti realizzati dalle associazioni promotrici volti a promuovere l'efficienza energetica, a prevenire le situazioni di fragilità economica delle famiglie e a diffondere un uso consapevole dei servizi e delle risorse.

Gli sportelli territoriali e il Tutor Digitale e off-line **rafforzeranno la capacità dei consumatori di compiere scelte consapevoli**, riducendo il rischio di povertà energetica e fragilità economica. Parallelamente, i percorsi educativi e laboratoriali nelle scuole e nelle comunità promuoveranno una **cultura del consumo responsabile e dell'economia circolare**, intervenendo sia sulle abitudini quotidiane che sui comportamenti futuri. L'approccio multicanale, basato su attività pratiche, formazione diretta e strumenti digitali innovativi, garantisce un **impatto diffuso e sostenibile** nel tempo, migliorando la qualità della vita e l'autonomia dei cittadini.

- Risultati concreti da un punto di vista quali-quantitativo

Da un punto di vista qualitativo, si prevede un aumento misurabile della consapevolezza e delle competenze dei cittadini rispetto ai temi della sostenibilità economica, energetica e ambientale, oltre a un rafforzamento delle reti territoriali di supporto e tutela.

Sul piano quantitativo, si stimano:

- **19 sportelli attivati** in altrettante regioni italiane con **almeno 3000 pratiche aperte/consulenze effettuate** dagli operatori degli sportelli;
- **oltre 3.000 cittadini raggiunti** con consulenze e attività di orientamento;
- **Almeno 800 accessi/interazioni sulla piattaforma** con 90% dei beneficiari si dichiara soddisfatto dell'intervento;
- **Almeno 100 attività di tutoraggio** con erogate servizio tutoraggio off-line;
- **almeno 400 studenti e le rispettive famiglie** coinvolti in percorsi formativi e laboratori e almeno 100 questionari compilati dalle famiglie su comportamenti di consumo;
- **50 contributi realizzati dai giovani “Ambasciatori Anti-Spreco”** attivi nella diffusione dei messaggi di sostenibilità;
- **Almeno 100 beneficiari** coinvolti negli **8 incontri svolti e registrati** sul tema del riciclo e riuso realizzate nei territori.

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

Le azioni previste dal progetto presentano un elevato potenziale di **replicabilità e sviluppo** in altri contesti territoriali e organizzativi.

La produzione di **strumenti digitali innovativi (Tutor Digitale e off line)**, materiali educativi multimediali e format laboratoriali standardizzati consentirà la **diffusione e l'adozione del modello PRISMA** da parte di enti del Terzo Settore, istituzioni scolastiche e amministrazioni locali, favorendo la continuità e la sostenibilità delle azioni oltre la durata progettuale. La costruzione di **reti collaborative** tra associazioni, scuole, enti pubblici e cittadini genererà inoltre **sinergie durature**, capaci di attivare nuovi interventi e micro-progetti di economia circolare a livello locale. Il modello operativo proposto, basato sulla combinazione di **assistenza diretta, educazione e innovazione tecnologica**, potrà costituire un **riferimento metodologico nazionale** per future iniziative di promozione della sostenibilità, tutela dei consumatori e inclusione sociale, producendo un effetto moltiplicatore sia in termini di impatto culturale sia di capacità di intervento territoriale

5 – Attività *(Massimo quattro pagine)*

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

WP 1: Coordinamento e gestione del progetto

Obiettivo: gestire efficacemente le attività progettuali per raggiungere gli obiettivi stabiliti, assicurando un'efficace collaborazione e comunicazione all'interno del partenariato, monitorando le attività di progetto per rispondere efficacemente ai cambiamenti e mitigare i possibili rischi.

1.1. Kick-off meeting e istituzione della Cabina di Regia: in avvio di progetto sarà organizzato un Kick-off meeting con la partecipazione di tutti i partner, al fine di condividere gli obiettivi generali, il piano operativo, le modalità di gestione e comunicazione interna, nonché le procedure di monitoraggio e rendicontazione. Sarà istituita la Cabina di Regia, composta dai rappresentanti di tutti i partner di progetto, con il compito di definire il piano esecutivo delle attività, supervisionare l'attuazione del progetto, assicurare il rispetto degli obiettivi e delle tempistiche previste e intervenire prontamente in caso di eventuali criticità o scostamenti rispetto alla pianificazione. La Cabina di Regia si riunirà periodicamente per garantire un costante coordinamento e una visione condivisa dell'avanzamento del progetto.

1.2. Gestione operativa quotidiana del progetto: saranno svolte le attività di management quotidiano necessarie a garantire il corretto funzionamento e il coordinamento efficace di tutte le azioni progettuali, favorendo la collaborazione tra i partner e la fluidità dei processi organizzativi.

1.3. Monitoraggio e rendicontazione: per l'intera durata del progetto verranno realizzate azioni di monitoraggio continuo volte a verificare l'avanzamento delle attività e il raggiungimento dei target stabiliti. Inoltre, una società con comprovata esperienza sarà incaricata di curare le attività di monitoraggio indipendente e di valutazione di impatto sociale (VIS) per l'intera durata del progetto, garantendo oggettività, trasparenza e qualità nell'analisi dei risultati conseguiti.

Parallelamente, saranno curate tutte le attività amministrative e documentali necessarie per una rendicontazione puntuale e conforme alle regole di progetto.

Ruolo dei partner: il Wp sarà coordinato da Adoc, Tutti i partner sono attivamente coinvolti nelle attività descritte. **Ambito territoriale:** Le sedi operative di ciascun partner.

WP.2 Prevenzione della povertà, sostenibilità energetica e empowerment dei consumatori

Obiettivo: ridurre il rischio di povertà e di fragilità sociale; Promuovere informazione su temi connessi al consumo sostenibile e responsabile; supportare, informare e assistere le persone che si rivolgeranno allo sportello su molteplici tematiche come l'efficientamento energetico, la povertà energetica ecc.; per avere consulenze e supporto per la riduzione del rischio di entrare in situazioni di fragilità economica o povertà, per avere consulenze riguardo alla risoluzione di problemi di contratti per l'erogazione dei servizi ecc.

Task 2.1. Sportelli: Saranno attivati almeno 19 sportelli in 19 regioni presso le sedi delle Associazioni proponenti. Presso gli sportelli opereranno consulenti esperti formati sui temi del consumo consapevole, della sostenibilità e dei diritti dei consumatori nei diversi settori di servizio, ed in grado di supportare ed aiutare i cittadini e gli stakeholder del territorio. Gli sportelli forniranno supporto per:

- comprendere e gestire i contratti di fornitura e di servizio (energia, TLC, pay-tv, assicurazioni, servizi bancari, ecc.);
- verificare la correttezza delle condizioni contrattuali e individuare eventuali criticità o clausole poco trasparenti;
- accedere a bonus e agevolazioni economiche;
- ricevere informazioni su offerte e servizi sostenibili, nonché sulle opportunità di risparmio e di efficienza;
- utilizzare in autonomia o con assistenza il nuovo **tutor digitale**, strumento di supporto e comparazione.

In questo modo, gli sportelli continueranno a rappresentare un presidio territoriale di prossimità e fiducia, rafforzato da strumenti tecnologici in grado di estendere la capacità di informazione e tutela.

Task 2.2. Tutor Digitale: è uno **strumento innovativo basato su piattaforma IA**, che sarà messo a disposizione dei consumatori, un vero e proprio consulente IA in grado di fornire informazioni ed educare i consumatori a fare scelte informate prima di sottoscrivere un contratto per utenze/servizi. Si tratta di un **consulente digitale "etico"** che aiuta il cittadino ad esempio a: **analizzare un contratto o una bolletta** (energia, telefonia, assicurazioni, ecc.) e ricevere in pochi istanti un'analisi qualitativa e quantitativa dei costi, delle clausole e dei diritti; **Confrontare due o più contratti** per evidenziare differenze, punti di forza e criticità, anche sulla base di prerequisiti scelti dall'utente (convenienza, durata, sicurezza, chiarezza, sostenibilità); **Individuare costi non legati ai consumi** (es. costi fissi, di recesso o penali), per stimare la convenienza economica nel cambiare contratto o fornitore; **Fornire avvisi** quando emergono elementi potenzialmente critici, come clausole poco chiare o condizioni contrattuali non conformi alle buone pratiche di trasparenza; **Accedere a contenuti educativi e di orientamento**, per migliorare la propria alfabetizzazione economica e digitale. Il tutor è concepito come uno **strumento a doppia valenza: Self-service**, per i cittadini che desiderano operare in autonomia da casa o via smartphone, ottenendo informazioni chiare e affidabili; **Professionale**, come supporto operativo per gli sportelli, che potranno utilizzare la piattaforma nelle consulenze individuali, migliorando efficienza, uniformità e capacità di intercettare criticità contrattuali diffuse. Questa duplice dimensione consente di potenziare l'impatto sociale del progetto e per azioni di monitoraggio e advocacy istituzionale.

Task 2.3 Servizio Tutoraggio off-line: Per ampliare l'accessibilità e la capacità di presa in carico del Tutor Digitale, verrà inoltre attivato un **servizio** di tutoraggio off-line articolato in uno **sportello multicanale di contatto** (telefonico e/o WhatsApp), collegato direttamente alla piattaforma digitale. Questo servizio consentirà di accompagnare i cittadini che si rivolgono al progetto, offrendo un supporto personalizzato e inclusivo, in particolare per le persone meno digitalizzate o che necessitano di un'interazione umana diretta, rafforzando la rete di prossimità del progetto e garantendo un accesso equo e inclusivo alle informazioni. Attraverso questo sistema sarà possibile creare una filiera di accompagnamento continuo tra tecnologia, persone e territori.

Ruolo partner: UNC coordinerà il WP, tutti i partner saranno coinvolti nella realizzazione delle attività. Tutti i partner hanno una consolidata esperienza nel settore. **Ambito territoriale:** tutte le regioni elencate nel punto 3.1. **Output:** Dati gestionali con numero di persone che si sono rivolte agli sportelli sui temi del progetto e per i quali è stata aperta una pratica; analytics con dati di utilizzo del tutor e del canale off-line.

WP. 3 Consumi sostenibili: educazione, esperienza e azione

Obiettivo: promuovere tra i giovani dai 13 ai 19 anni una cultura del consumo consapevole e della sostenibilità alimentare. L'iniziativa mira a formare ragazzi e ragazze non solo come **consumatori attenti**, ma anche come **futuri professionisti della ristorazione** capaci di ridurre gli sprechi lungo l'intera filiera alimentare — dalla cucina alla sala, dalla gestione delle scorte alla valorizzazione degli scarti.

Task 3.1 Incontri di educazione e sensibilizzazione (M4 - M16): il percorso prenderà avvio con un ciclo di **15 incontri informativi** organizzati sia in ambito scolastico — **con particolare attenzione agli istituti alberghieri** — sia in contesti extrascolastici come centri di aggregazione e spazi giovanili, per raggiungere i ragazzi nei loro luoghi di vita e socializzazione. Gli incontri, condotti da esperti di sostenibilità, educatori e professionisti del settore gastronomico, saranno strutturati in modo interattivo e laboratoriale. Attraverso esempi concreti, simulazioni e momenti di confronto, gli studenti approfondiranno temi come: la corretta pianificazione degli acquisti e la gestione delle materie prime; le tecniche di conservazione e trasformazione del cibo per evitarne lo spreco; il recupero creativo degli scarti alimentari e la loro valorizzazione in nuove preparazioni; il ruolo sociale ed etico della ristorazione sostenibile.

Gli incontri nelle scuole alberghiere rappresentano un investimento educativo strategico: **formare oggi giovani che domani lavoreranno in cucine, mense e ristoranti significa incidere direttamente sul futuro del settore**, diffondendo una cultura professionale più attenta all'ambiente, alla responsabilità e all'uso consapevole delle risorse. In parallelo, anche nelle altre scuole coinvolte e nei centri di aggregazione giovanile verranno proposti laboratori esperienziali sul tema del consumo sostenibile e della riduzione dello spreco domestico, per sensibilizzare tutti i ragazzi – indipendentemente dal loro percorso di studi – a comportamenti più responsabili e solidali.

Task 3.2 Osservatorio Scuola-Famiglia sullo Spreco Alimentare (M4 - M18): parallelamente alle attività educative sarà avviato un Osservatorio partecipato sullo spreco alimentare, che coinvolgerà direttamente studenti, famiglie e insegnanti. Attraverso la somministrazione di questionari e strumenti di autovalutazione realizzati da un ente di ricerca, verranno raccolti dati sui comportamenti di consumo e sulla gestione del cibo nelle case degli studenti. I risultati saranno analizzati e restituiti in forma di report condivisi, consentendo di stimare l'impatto reale dello spreco domestico e individuare azioni correttive.

Task 3.3 Ambasciatori Anti-Spreco (M4 - M18): per rendere i ragazzi protagonisti del cambiamento, sarà attivato un percorso di comunicazione partecipata: gli studenti saranno invitati a ideare e realizzare brevi video, reel o mini-campagne social sul tema del consumo consapevole e della lotta allo spreco. I contenuti più efficaci e originali verranno diffusi sui canali social del progetto e dei partner, contribuendo a costruire una vera e propria community giovanile "anti-spreco". Gli autori delle migliori campagne diventeranno "Ambasciatori Anti-Spreco" e saranno coinvolti come testimonial nelle iniziative pubbliche e negli eventi conclusivi del progetto.

Task 3.4 Kit Didattico "Meno Spreco, Più Futuro" (M4 - M18): durante gli incontri sarà distribuito ai ragazzi il kit Didattico "Meno Spreco, Più Futuro" che conterrà schede educative video e materiali interattivi sui temi dell'alimentazione sostenibile, della dieta equilibrata e della riduzione degli sprechi alimentari. Sarà concepito come uno strumento modulare, facilmente integrabile nei percorsi scolastici e reso disponibile anche in formato digitale per un utilizzo libero da parte di docenti e studenti.

Task 3.5 Escape Room "Spreco Zero" (M4 - M18): a completamento del percorso formativo, sarà realizzata l'attività esperienziale "Spreco Zero", un'escape room educativa pensata per far apprendere attraverso il gioco. In piccoli gruppi, i ragazzi saranno chiamati a risolvere enigmi e sfide legate alla corretta gestione del cibo, al recupero degli avanzi e alla riduzione degli sprechi. Le prove potranno spaziare da quiz e puzzle sulle date di scadenza, alla creazione di ricette antispreco, fino alla simulazione della raccolta differenziata dei rifiuti alimentari. Una società esterna curerà la realizzazione di **n. 3 escape room** sia in presenza sia on line rendendola replicabile in aula o in spazi polifunzionali. L'attività stimolerà cooperazione, pensiero critico e capacità decisionale, trasformando l'apprendimento in un'esperienza divertente e coinvolgente.

Ruolo partner: Adoc coordinerà l'attività, tutti i partner saranno coinvolti nella realizzazione delle attività. Tutti i partner hanno una consolidata esperienza nel settore. **Ambito territoriale:** le Regioni coinvolte saranno: Abruzzo, Campania, Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Marche, Molise, Puglia, Sicilia, Toscana, Umbria **Output:** lista partecipanti, foto e report dei laboratori; Kit didattico e produzione di un report dell'attività.

WP4 Economia circolare: dai rifiuti alle risorse

Obiettivo: del WP è quello di **1)Offrire competenze pratiche sul riciclo, riuso e riduzione degli sprechi. 2)Valorizzare l'esperienza e le capacità manuali degli adulti.3) Favorire l'attivazione di piccole iniziative locali sostenibili** coinvolgendo gli over 50, ad adulti in difficoltà economica e lavorativa.

Task 4.1 Incontri circolari (M6-M18): Gli incontri si svolgeranno in modalità ibrida online e in presenza, a seconda della tematica affrontata. Ogni incontro può essere svolto nella stessa città o in città diverse. **Ne saranno organizzati almeno 8 che saranno registrati e a disposizione di tutti i consumatori che non hanno potuto partecipare all'evento.** Ogni incontro prevede una piccola parte teorica e una parte pratica in cui si interagisce con l'esperto. Alla fine dei corsi verrà rilasciato un attestato di partecipazione come **"Ambasciatore dai rifiuti alle risorse"**. Le tematiche degli 8 incontri saranno le seguenti: **1) Il riuso come scelta i materiali e i loro cicli di vita: Teoria:** Riuso creativo, riparazione e upcycling; Plastica, vetro, carta, metalli, tessuti: da dove vengono e dove finiscono; Cosa si può davvero riciclare? Sfatiamo i falsi miti; Storie di successo: progetti e cooperative italiane **Laboratorio:** laboratorio pratico (es. trasformare un oggetto dismesso in qualcosa di nuovo) laboratorio di riconoscimento e separazione dei rifiuti. **2) L'autoproduzione e la riduzione degli sprechi: Teoria:** Cosmetici, detersivi, sacchetti riutilizzabili, compost: cosa possiamo fare da soli? Come ridurre i rifiuti in casa. **Laboratorio:** produzione di uno più prodotti fai da te da prodotto di scarto. **3. Nuove economie dal riciclo. Teoria:** Green jobs: quali lavori esistono oggi nella sostenibilità? Cooperazione sociale e riciclo: esempi italiani (Recuperandia, Sartoria Sociale, Humana, etc.) **Laboratorio:** brainstorming su idee di micro-progetti o impresa sociale. **4. Riuso partecipato. Teoria:** Ogni partecipante, singolarmente o in gruppo, progetta un'azione/oggetto/idea legata al riuso o al riciclo. Gli anziani portano piccoli oggetti vecchi o rotti (vassoi, barattoli, contenitori) e li trasformano. **Laboratorio:** laboratorio creativo assistito, Decoupage su barattoli per farne portaoggetti, Pittura o decorazione di vassoi usurati.

Task 4.2 Raccolta di best practice: non buttarlo, trasformalo! (M12-M18): alla fine di ogni corso verranno raccolti le buone pratiche prodotte dagli esperti ma anche dai consumatori che hanno partecipato all'interno delle "Raccolta di best practice: non buttarlo, trasformalo!". All'interno di questa raccolta saranno riportati i procedimenti che hanno dato vita ai prodotti, con foto e istruzioni in modo da rendere sostenibile nel tempo ogni cosa creata e dare la possibilità ai consumatori del futuro di adottare un comportamento sostenibile nel tempo. **Ruolo partner:** U. Di. Con. Nazionale coordinerà l'attività, tutti i partner saranno coinvolti nella realizzazione delle attività. Tutti i partner hanno una consolidata esperienza nel settore. **Ambito territoriale:** tramite la registrazione dei laboratori e la diffusione online saranno coinvolte tutte le regioni e province elencate nel punto 3.1 **Output:** lista partecipanti, foto e report dei laboratori; registrazione degli incontri.

WP.5 Comunicazione e Disseminazione

Obiettivo: garantire la massima visibilità, comprensione e partecipazione alle attività e ai risultati del progetto PRISMA, attraverso una strategia integrata di comunicazione, informazione e sensibilizzazione rivolta a target differenziati — consumatori, stakeholder, cittadini e media. La linea grafica insieme al piano di comunicazione sarà realizzata entro i primi mesi di progetto e condivisa con tutti i partner di progetti.

5.1 Collana di eBook informativi: sarà realizzata e diffusa una collana digitale composta da **6 eBook** tematici, redatti in linguaggio chiaro, sintetico e accessibile, dedicati ai principali rischi, diritti e opportunità per il consumatore moderno. Gli eBook avranno l'obiettivo di rafforzare la consapevolezza, l'autonomia decisionale e la capacità di autotutela dei cittadini, fornendo strumenti pratici per orientarsi nei mercati e compiere scelte più informate e sostenibili. La distribuzione avverrà attraverso i principali canali di comunicazione digitale (sito web, newsletter, social media). La collana rappresenterà uno strumento replicabile

e aggiornabile, pensato per garantire la continuità dell'azione informativa anche oltre la chiusura del progetto, con particolare attenzione agli utenti che preferiscono canali digitali di facile consultazione, come gli anziani e gli over 65.

5.2 Social Survey per l'ascolto e il coinvolgimento dei consumatori digitali: saranno ideate e diffuse **12 social survey** brevi e interattive, progettate per coinvolgere in particolare i giovani, i nativi digitali e il pubblico online. Le survey, caratterizzate da grafiche ottimizzate per i social network, saranno veicolate attraverso i principali canali digitali e social del progetto. Gli obiettivi principali sono: rilevare abitudini, percezioni e bisogni informativi dei cittadini su temi chiave del progetto (es. lettura della bolletta, riduzione degli sprechi, sostenibilità dei consumi); stimolare curiosità e interazione con il pubblico più giovane e digitalmente attivo; ottimizzare la targettizzazione delle attività informative e comunicative, migliorando la capacità del progetto di rispondere ai bisogni reali dei consumatori.

5.3 Comunicazione editoriale: per garantire una comunicazione informativa continuativa, efficace e capillare su tutto il territorio nazionale, saranno prodotti e diffusi **9 articoli informativi** attraverso le newsletter associative e/o altri canali informativi (DEM), destinata a giornalisti, rappresentanti istituzionali, imprese e decisori pubblici. Saranno inoltre realizzate landing page dedicate al progetto sui siti delle Associazioni promotrici.

Questa attività assicurerà una comunicazione costante e coerente, volta ad accrescere la consapevolezza dei cittadini e a facilitare la comprensione e l'utilizzo concreto degli strumenti e servizi gratuiti messi a disposizione dal progetto PRISMA.

5.4 Campagna Social per la diffusione digitale: per valorizzare e amplificare la visibilità di tutte le attività, i servizi e i contenuti informativi del progetto PRISMA, sarà realizzata una campagna social multicanale accessibile e inclusiva, rivolta in particolare ai giovani consumatori e agli utenti digitali che utilizzano i social come principale fonte di informazione. L'obiettivo della campagna è amplificare la diffusione digitale dei contenuti progettuali, favorire la partecipazione attiva, l'engagement e l'impatto comunicativo delle iniziative. Le azioni previste comprendono: realizzazione di **12 infografiche** tematiche, sintetiche e visuali, ottimizzate per una fruizione immediata (Instagram, Facebook, ecc.); condivisione regolare sui principali social network delle iniziative, degli articoli e delle novità del progetto; produzione di **6 contenuti video brevi** (reel, interviste, video live) dedicati ai temi chiave del progetto e agli strumenti messi a disposizione dei cittadini. Attraverso l'integrazione di tutti i canali di comunicazione, il WP garantirà una presenza costante e riconoscibile del progetto PRISMA nello spazio informativo nazionale, contribuendo ad ampliare la platea dei beneficiari, aumentare l'impatto divulgativo delle attività e promuovere una cultura diffusa di consumo consapevole e sostenibile.

Ruolo partner: UNC coordinerà il WP. Tutte le associazioni hanno una comprovata esperienza nella gestione di campagne di comunicazione a carattere nazionale e hanno rapporti con tutte le principali testate nazionali e riviste di settore. **Ambito territoriale:** tutte le regioni e province elencate nel punto 3.1. **Output:** collana eBook informativi, report Social Survey con analisi e risultati, comunicati stampa, materiali informativi, landing page, articoli tematici, infografiche, video, post social.

6 - Cronogramma delle attività, redatto conformemente al modello seguente:

Attività	Mesi (colorare le celle interessate)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
WP 1: Coordinamento e gestione del progetto																		
WP 2: Prevenzione della povertà, sostenibilità energetica e empowerment dei consumatori																		

WP 3 Consumi sostenibili: educazione, esperienza e azione																			
WP 4 Economia circolare: dai rifiuti alle risorse																			
WP.5 Comunicazione e Disseminazione																			

7a - Risorse umane

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta ⁵	Ente di appartenenza	Livello di Inquadramento professionale ⁶	Forma contrattuale ⁷	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	1	"A" - "Progettazione"	ADOC APS	A	Collaboratore esterno	5.000,00 € - Macrovoce "A"
2	1	"B"-"Promozione, informazione, sensibilizzazione"	ADOC APS	B	Collaboratore esterno	2.000,00 € - Macrovoce "B"
3	1	"B"-"Promozione, informazione, sensibilizzazione"	ADOC APS	A	Dipendente t.ind.	18.000,00 € - Macrovoce "B"
4	1	"C" - "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"	ADOC APS	A	Dipendente t.ind.	15.000,00 € - Macrovoce "C"
5	1	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	ADOC APS	A	Dipendente t.ind.	20.000,00 € - Macrovoce "D"
6	1	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	ADOC APS	A	Dipendente t.det.	16.000,00 € - Macrovoce "D"
7	1	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	ADOC APS	B	Dipendente t.det.	10.000,00 € - Macrovoce "D"
8	15	"D" - Risorse direttamente impegnate nella	ADOC APS	B	Collaboratore	22.500,00 € - Macrovoce "D"

⁵ Attività svolta": indicare: cod. "A" per "Progettazione", cod. "B" per "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione", cod. "C" per "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto", cod. "D" per Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".

⁶ Livello di inquadramento professionale: specificare per gruppi uniformi le fasce di livello professionale così come previsto nella "Sez. B – Spese relative alle risorse umane" della Circ. 2/2009, applicandole per analogia anche riguardo al personale dipendente

⁷ "Forma contrattuale": specificare "Dipendente" se assunto a tempo indeterminato o determinato; "Collaboratore esterno" nel caso di contratti professionali, contratto occasionale ecc.

		gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti”.			esterno	
9	2	“D” - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti”.	ADOC APS	A	Collaboratore esterno	21.000,00 € - Macrovoce “D”
10	1	“D” - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti”.	ADOC APS	B	Collaboratore esterno	12.615,44 € - Macrovoce “D”
11	1	“C” - “attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto”	ADOC TOSCANA APS	B	Collaboratore esterno	2.000,00 € - Macrovoce “C”
12	1	“D” - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti”.	ADOC TOSCANA APS	B	Collaboratore esterno	3.000,00 € - Macrovoce “D”
13	1	“D” - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti”.	ADOC APS SICILIA PALERMO	B	Collaboratore esterno	4.699,41 € - Macrovoce “D”
14	3	“D” - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti”.	ADOC NAPOLI E CAMPANIA APS	B	Collaboratore esterno	8.199,41 € - Macrovoce “D”
15	1	“A” - “Progettazione”	UNC APS	A	Collaboratore esterno	5.000,00 € - Macrovoce A
16	2	“B”-“Promozione, informazione, sensibilizzazione”	UNC APS	A	Dipendente	40.208,00 € - Macrovoce “B”
17	1	B”-“Promozione, informazione, sensibilizzazione”	UNC APS	A	Collab. esterno	15.000,00 € - Macrovoce “B”
18	1	“C” - “attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto”,	UNC APS	A	Collab. esterno	22.000,00 € - Macrovoce “C”
19	2	“D” - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	UNC APS	A	Dipendente	49.864,00 € - Macrovoce “C”
20	1	“D” - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	UNC APS	B	Dipendente	20.112,00 € - Macrovoce “C”
21	9	“D” - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	UNC APS	A	Collab. esterni	27.000,00 € - Macrovoce “C”
22	1	“D” - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	UNC UMBRIA	A	Collab. esterni	5.000,00 € - Macrovoce “C”

23	2	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	UNC FAENZA	A	Collab. esterni	5.000,00 € - Macrovoce "C"
24	1	"A" "Progettazione"	U. Di.Con. APS	A	dipendente t.ind.	3.000 € Macrovoce "A"
25	1	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione"	U. Di.Con. APS	A	dipendente t.ind.	28.000 € Macrovoce "B"
26	1	"C" "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto"	U. Di.Con. APS	A	dipendente t.det.	15.000 € Macrovoce "C"
27	5	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	U. Di.Con. APS	A	dipendente t.indet.	125.000 € Macrovoce "D"
28	4	"D" Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	U. Di.Con. APS	A	collaboratori esterni	19.650 € Macrovoce "D"
29	1	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	U. Di.Con. Marche	B	dipendente t.det.	8199,41€ Macrovoce "D"
30	1	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	U. Di.Con. Lazio	A	dipendente t.det.	8199,41€ Macrovoce "D"
31	1	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	U. Di.Con. Sicilia	B	dipendente t.det.	8199,41€ Macrovoce "D"
32	1	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	U. Di.Con. Calabria	A	dipendente t.det.	8199,41€ Macrovoce "D"
33	1	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali	U. Di.Con. Piemonte	A	dipendente t.det.	8199,41€ Macrovoce "D"

7b. Volontari

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta ⁸	Ente di appartenenza	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	5	"D" - Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".	ADOC APS	500,00 € - macrovoce "F"

⁸ **Attività svolta**": indicare: cod. "A" per "Progettazione", cod. "B" per "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione", cod. "C" per "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto", cod. "D" per Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".

8 – Collaborazioni

Descrivere eventuali collaborazioni con soggetti pubblici o privati operanti, le modalità di collaborazione e le attività che verranno svolte in collaborazione nonché le finalità delle collaborazioni stesse. In caso di collaborazioni, dovrà essere allegata al presente modello la documentazione prevista al paragrafo 5 dell'Avviso.

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1	Associazione Legali Italiani APS ETS	Supporto nelle attività degli sportelli.
2	Rete Assist ETS	Supporto nella definizione dei contenuti informativi riguardanti la povertà energetica e il risparmio energetico
3	ECOROSS SRL	Supporto laboratori su riuso e riciclo
4	Fondazione AMESCI	Supporto agli incontri con i ragazzi

9 - Affidamento di specifiche attività a soggetti terzi (delegati).

Specificare quali attività come descritte al punto 5 devono essere affidate in tutto o in parte a soggetti terzi delegati (definiti come al punto 4.2 della citata Circ. 2/2009), evidenziando le caratteristiche del delegato. Non sono affidabili a delegati le attività di direzione, coordinamento e gestione, segreteria organizzativa. E' necessario esplicitare adeguatamente i contenuti delle deleghe con riferimento alle specifiche attività o fasi.

Attività oggetto di affidamento a soggetti terzi nel rispetto dei criteri indicati dalla circolare 2 del 2009 al paragrafo 4 e s.s. richiamata in via analogica dall'avviso 2/2025.

Nell'ambito delle attività previste dal progetto PRISMA, si prevede l'affidamento a soggetti terzi per le attività per le quali vi è l'esigenza di garantire un'elevata qualità metodologica, tecnica e creativa in ambiti che richiedono competenze specialistiche non strutturalmente presenti all'interno dell'organizzazione. In particolare, l'attività dell'Osservatorio comporta la progettazione e gestione di strumenti di rilevazione dei comportamenti di consumo e spreco alimentare, l'analisi dei dati raccolti e la restituzione dei risultati in chiave divulgativa e formativa. L'attività "Escape Room Spreco Zero", invece, implica la creazione di un format educativo esperienziale di tipo ludico, che coniughi contenuti didattici, gamification e allestimenti interattivi.

WP 1 - Valutazione di impatto sociale:

Per la valutazione di Impatto Sociale sarà incaricata una società specializzata nell'analisi e misurazione degli effetti sociali generati da progetti e iniziative di utilità collettiva con un approccio partecipativo e trasparente, valorizzando il coinvolgimento degli stakeholder e l'utilizzo di metodologie riconosciute per garantire la qualità e l'attendibilità dei risultati.

WP.2 Prevenzione della povertà, sostenibilità energetica e empowerment dei consumatori

La realizzazione dell'agente IA del Tutor Digitale e della piattaforma, così come la piattaforma per il servizio di tutoraggio off-line con servizio multicanale di contatto, saranno affidati a più fornitori esterni specializzati. La delega comprenderà la progettazione e realizzazione degli strumenti, la messa online e l'aggiornamento degli stessi.

WP 3 – Task 3.2: Osservatorio Scuola–Famiglia sullo Spreco Alimentare

L'attuazione di questa attività sarà affidata a un ente di ricerca sociale e ambientale con comprovata esperienza in ambito educativo e ambientale. Il soggetto

delegato avrà competenze nella progettazione di indagini socio educative, nella costruzione e somministrazione di questionari, nell'elaborazione statistica dei dati e nella loro restituzione in forma divulgativa e operativa.

La delega comprenderà la progettazione degli strumenti di rilevazione, la gestione della raccolta e del trattamento dei dati nel rispetto della normativa sulla privacy, la produzione dei report di sintesi e la redazione di materiali informativi e infografiche per la diffusione dei risultati.

WP 3 – Task 3.5: Escape Room “Spreco Zero”

La realizzazione dell'Escape Room sarà affidata a un ente specializzato nella progettazione di esperienze educative interattive con comprovata esperienza nel campo dell'educazione esperienziale e del game design educativo.

Il soggetto delegato progetterà il percorso educativo e le dinamiche di gioco, sviluppando una narrazione coerente con gli obiettivi del progetto e predisponendo prove, enigmi e materiali interattivi capaci di stimolare la riflessione sul tema dello spreco alimentare e del consumo consapevole. Inoltre, dovrà occuparsi della produzione e dell'allestimento del format “Escape Room Spreco Zero”, garantendone la replicabilità in diverse sedi scolastiche o spazi polifunzionali.

Il delegato curerà anche la gestione operativa delle attività nelle tappe previste e la realizzazione della documentazione di supporto (manuale d'uso, schede didattiche, materiali per la valutazione dell'impatto formativo).

WP4 - Task 4.1: Incontri circolari

TUTTAITALIAWEB SRL per l'organizzazione dei corsi in presenza per affitto sala, service audio video. L'azienda si occupa di fornire servizi ad associazioni, enti no profit con comprovata esperienza sin dal 2016 nell'organizzazione di attività di disseminazione, comunicazione e promozione.

10. Sistemi di valutazione

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

Obiettivo specifico	Attività	Tipologia strumenti
Ridurre il rischio di povertà e fragilità sociale promuovendo il consumo sostenibile e responsabile	2.1 – Sportelli territoriali	Report gestionali sul numero pratiche aperte/consulenze effettuate dagli operatori degli sportelli Focus group on line con operatori sportelli
	2.2 – Tutor Digitale e servizio tutoraggio off-line	Numero accessi/interazioni sulla piattaforma Questionario di gradimento dell'intervento
	2.3. - servizio tutoraggio off-line	Registro contatti/analytics
Aumentare la cultura del consumo consapevole e della sostenibilità alimentare	3.1 – Incontri educativi e laboratori	Registro presenze Registro incontri Questionario competenze pre e post intervento
	3.2 – Osservatorio Scuola-Famiglia sullo Spreco Alimentare	Questionari compilati dalle famiglie su comportamenti di consumo Questionario autosomministrato sul cambiamento percepito post intervento

	3.3 – Ambasciatori anti spreco	n. di contributi realizzati n. di interazioni social
	3.4 – kit didattico “meno spreco, più futuro”	Registro materiale consegnato Questionario soddisfazione intervento
	3.5 – Escape Room Spreco zero	Registro presenze Registro incontri Questionario competenze pre e post intervento
	4.1 – Incontri circolari	Registro presenze Registro interventi Registrazione webinar Questionario e focus group
Aumentare le competenze pratiche su riciclo, riuso e riduzione sprechi in casa	4.2 – Raccolta di best practice	Report con il numero delle buone pratiche raccolte

11. Attività di comunicazione

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

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia
Collana di eBook informativi	Sito web del progetto, newsletter, social media, piattaforme digitali delle associazioni promotrici.	6 eBook tematici pubblicati e diffusi online. Consumatori raggiunti: 500	Monitoraggio download e accessi agli eBook, analisi delle visualizzazioni e dei feedback degli utenti.
Social Survey per l'ascolto e il coinvolgimento dei consumatori digitali	Social network (Instagram, Facebook, X, ecc.).	12 survey interattive realizzate e diffusi sui social. Consumatori raggiunti: 1000	Analisi delle risposte, tasso di partecipazione, interazioni e commenti social.
Comunicazione editoriale	Newsletter associative, siti web istituzionali, canali stampa e media di settore.	9 articoli informativi pubblicati; n° 3 landing page dedicate. Consumatori raggiunti: 168.000	Monitoraggio tassi di apertura e click delle newsletter, numero di articoli pubblicati, visite alle landing page.
Campagna Social per la diffusione digitale	Social media (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn), sito web del progetto,	12 infografiche + 6 video brevi prodotti e diffusi.	Analisi delle metriche social (reach,

	canali video (YouTube, reel, live).	Consumatori raggiunti: tot 1800	impression, interazioni, visualizzazioni video), report periodici di performance.
--	-------------------------------------	------------------------------------	--

Allegati: n° 4 *relativi alle collaborazioni (punto 8).*