

AVVISO N. 1/2018

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 2018.

MODELLO D**SCHEDA DI PROGETTO**

(Carattere: Tahoma – Dimensione carattere: 10)

1a.– Titolo

#TAG – Territori e Alleanza Generazionale

1b - Durata

18 mesi

2 - Obiettivi generali, aree prioritarie di intervento e linee di attività

2a - Obiettivi generali ¹	2b - Aree prioritarie di intervento ²
Devono essere indicati rispettivamente massimo n. 3 obiettivi e aree prioritarie di intervento, graduandoli in ordine di importanza 1 maggiore – 3 minore	
<p>A. Porre fine ad ogni forma di povertà [1], [2], [3]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3]; b) rinforzare la resilienza dei poveri e di coloro che si trovano in situazioni di vulnerabilità e ridurre la loro esposizione e vulnerabilità [1], [2], [3]; c) promuovere attività di recupero delle eccedenze alimentari [1], [2], [3]; d) anticipare e individuare situazioni di fragilità e di bisogno che possano coinvolgere anche fasce di popolazione particolarmente esposte (ad esempio: minori, anziani soli, persone non autonome in situazioni di precarietà economica, ecc.) [1], [2], [3]; e) realizzare azioni di responsabilizzazione e di coinvolgimento attivo dei beneficiari finali (welfare generativo), al fine di aumentare il rendimento degli interventi attuati a beneficio dell'intera comunità [1], [2], [3]; f) rafforzare i legami di vicinanza e di supporto anche attraverso processi di mutuo-aiuto [1], [2], [3]; g) contrastare condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1], [2], [3];</p>

¹ Gli obiettivi individuati dall'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile (http://unric.org/it/images/Agenda_2030_ITA.pdf), i progetti le iniziative da finanziare con le risorse del Fondo per l'anno 2018 dovranno concorrere al raggiungimento degli obiettivi generali, così come prescritto nell'Avviso n. 1/2018.

² Paragrafo 2 dell'Avviso n. 1/2018.

	<p>h) contrastare le solitudini involontarie specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1], [2], [3];</p> <p>i) sviluppare e rafforzare legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extra urbane disgregate o disagiate [1], [2], [3];</p> <p>j) prevenzione e contrasto delle dipendenze, ivi inclusa la ludopatia [1], [2], [3];</p> <p>k) prevenzione e contrasto delle forme di violenza, discriminazione e intolleranza, con particolare riferimento al fenomeno di bullismo e cyberbullismo [1], [2], [3];</p> <p>l) risposte a bisogni di prima necessità e di pronto intervento anche finalizzate alla costruzione di un progetto personalizzato [1], [2], [3];</p> <p>m) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3];</p> <p>n) promozione del sostegno a distanza [1], [2], [3].</p>
<p>B. Promuovere un'agricoltura sostenibile [1], [2], [3]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) integrazione, accoglienza e inclusione socio lavorativa che partono dalla terra, dall'agricoltura che si fa sociale, che diventa welfare comunitario e che accoglie, sviluppa nuovi processi di inclusione delle persone fragili e vulnerabili [1], [2], [3];</p> <p>c) sviluppo sostenibile del territorio rurale e miglioramento della qualità della vita delle comunità [1], [2], [3];</p> <p>d) inserimento socio lavorativo di persone con disabilità o svantaggiate e di minori in età lavorativa iscritti in progetti di riabilitazione e sostegno sociale anche attraverso l'utilizzo delle risorse materiali e immateriali dell'agricoltura, per sviluppare le abilità e le capacità delle persone e per favorire la loro inclusione sociale e lavorativa, di ricreazione e di servizi utili per la vita quotidiana [1], [2], [3];</p> <p>e) educazione ambientale e alimentare, nonché salvaguardia della biodiversità;</p> <p>f) valorizzazione del patrimonio, naturale, culturale, enogastronomico e turistico del territorio [1], [2], [3];</p> <p>g) promozione dell'inclusione sociale e lavorativa dei giovani in particolari condizioni di vulnerabilità [1], [2], [3];</p> <p>h) promozione e diffusione della responsabilità sociale delle imprese nelle imprese agricole e nelle comunità; i sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disgregate o disagiate [1], [2], [3];</p> <p>j) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>C. Salute e benessere: assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età [1], [2], [3]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) sostegno all'inclusione sociale, in particolare delle persone con disabilità e non autosufficienti; c) prevenzione e contrasto delle dipendenze, ivi inclusa la ludopatia [1], [2], [3];</p>

	<p>d) contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1], [2], [3];</p> <p>e) contrasto alle solitudini involontarie specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1], [2], [3];</p> <p>f) sviluppo e promozione di programmi e/o attività di educazione alimentare [1], [2], [3];</p> <p>g) promozione e sviluppo della cultura della salute e della prevenzione, anche con riferimento al tema degli incidenti stradali [1], [2], [3];</p> <p>h) sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disgregate o disagiate [1], [2], [3];</p> <p>i) promozione dell'attività sportiva [1], [2], [3];</p> <p>j) rafforzamento della prevenzione dell'uso di sostanze stupefacenti e del consumo nocivo di alcol, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>k) accrescimento della consapevolezza per l'abilitazione e lo sviluppo delle competenze per favorire l'autonomia delle persone con disabilità grave e una migliore gestione della vita quotidiana, anche attraverso tirocini per l'inclusione sociale [1], [2], [3];</p> <p>l) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>D. Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, opportunità di apprendimento permanente per tutti [1], [2], [3].</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) promozione della partecipazione e del protagonismo dei minori e dei giovani, perché diventino agenti del cambiamento [1], [2], [3];</p> <p>c) promozione e sviluppo dell'integrazione sociale e dell'educazione inclusiva [1], [2], [3];</p> <p>d) 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], [2], [3];</p> <p>e) promozione e sviluppo di azioni volte ai bisogni dell'infanzia, alle disabilità e alla parità di genere ambienti dedicati all'apprendimento che siano sicuri, non violenti e inclusivi per tutti [1], [2], [3];</p> <p>f) prevenzione e contrasto delle dipendenze, ivi inclusa la ludopatia [1], [2], [3];</p> <p>g) prevenzione e contrasto delle forme di violenza, discriminazione e intolleranza, con particolare riferimento al fenomeno di bullismo e cyberbullismo [1], [2], [3];</p> <p>h) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>E. Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze [1], [2], [3]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato [1], [2], [3];</p>

	<p>b) prevenzione e contrasto di ogni forma di violenza fisica o mentale, lesioni o abusi, abbandono, maltrattamento o sfruttamento, compresa la violenza sessuale sui bambini e bambine, nonché adolescenti e giovani [1], [2], [3];</p> <p>e) promozione di relazioni fondate sul principio di uguaglianza sostanziale e di parità di diritti tra uomini e donne tenuto conto della pari dignità e delle differenze di genere (ad esempio: inserimento lavorativo e/o in attività formativa e conciliazione dei tempi di vita e di lavoro) [1], [2], [3];</p> <p>d) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>F. Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico sanitarie [1], [2], [3]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) sviluppo e promozione della gestione integrata delle risorse idriche e di altre strategie per garantire la disponibilità e la gestione sostenibile di acqua e igiene, anche coinvolgendo le scuole [1], [2], [3];</p> <p>e) sviluppo, miglioramento e ottimizzazione delle risorse idriche e igieniche nelle comunità locali [1], [2], [3];</p> <p>d) sviluppo e promozione nelle comunità locali della rilevanza socio-ambientale del risparmio idrico e della riduzione dell'inquinamento delle acque [1], [2], [3];</p> <p>e) sviluppo e rafforzamento degli ecosistemi legati all'acqua, tra cui montagne, foreste, zone umide, fiumi, falde acquifere e laghi [1], [2], [3];</p> <p>f) sviluppo e rafforzamento della partecipazione delle comunità locali nel miglioramento della gestione idrica [1], [2], [3];</p> <p>g) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>G. Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti [1], [2], [3]</p>	<p>a) promozione della legalità e della sicurezza sociale nei rapporti di lavoro;</p> <p>b) diffusione delle buone pratiche anche ai fini dell'inserimento delle aziende agricole in reti di qualità [1], [2], [3];</p> <p>e) sviluppo di percorsi di inclusione socio-lavorativa e di integrazione nelle comunità;</p> <p>d) istituzione e/o implementazione di presidi medico sanitari mobili per assicurare interventi di prevenzione e di primo soccorso [1], [2], [3];</p> <p>e) accoglienza ed ospitalità dei lavoratori stagionali in condizioni dignitose e salubri per contrastare la nascita o il perdurare di ghetti [1], [2], [3];</p> <p>f) potenziamento delle attività di tutela ed informazione ai lavoratori [1], [2], [3];</p> <p>g) orientamento al lavoro mediante i Centri per l'impiego ed i servizi attivati dalle parti sociali, in prossimità del luogo di stationamento dei lavoratori [1], [2], [3];</p> <p>h) organizzazione di servizi di distribuzione gratuita di acqua e viveri di prima necessità per lavoratori stagionali [1], [2], [3];</p>

	<p>i) attivazione di sportelli informativi attraverso unità mobili provviste di operatori quali mediatori culturali, psicologi e personale competente [1], [2], [3];</p> <p>j) istituzione di corsi di lingua italiana e di formazione lavoro per i periodi successivi all'instaurazione del rapporto di lavoro agricolo [1], [2], [3];</p> <p>k) promuovere la cultura della responsabilità sociale e di comunità [1], [2], [3];</p> <p>l) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>H. Ridurre le ineguaglianze [1], [2], [3]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) promozione della legalità e della sicurezza sociale nei rapporti di lavoro [1], [2], [3];</p> <p>e) sviluppo di azioni che facilitino l'accesso alle misure di sostegno e ai servizi già disponibili nel sistema pubblico e privato cittadino [1], [2], [3];</p> <p>d) affiancamento leggero, consulenza e accompagnamento su temi specifici (educazione al consumo, apprendimento della lingua, gestione budget familiare, ecc.), gruppi auto aiuto e confronto [1], [2], [3];</p> <p>e) sostegno scolastico al di fuori dell'orario scolastico ed extra-scolastico (attività sportive, musicali, studio, ecc.) [1], [2], [3];</p> <p>f) contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1], [2], [3];</p> <p>g) contrasto alle solitudini involontarie specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1], [2], [3];</p> <p>h) sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disgregate o disagiate, con particolare riferimento allo sviluppo di azioni comunitarie, di coesione, che abbiano l'obiettivo di creare legami e relazioni significative e che favoriscano la partecipazione delle famiglie alla vita di quartieri [1], [2], [3];</p> <p>i) sviluppo di forme di welfare generativo di comunità anche attraverso il coinvolgimento attivo e partecipato in attività di utilità sociale dei soggetti che beneficiano di prestazioni di integrazione e sostegno al reddito [1], [2], [3];</p> <p>j) accrescimento della consapevolezza per l'abilitazione e lo sviluppo delle competenze per favorire l'autonomia delle persone con disabilità e una migliore gestione della vita quotidiana, anche attraverso tirocini per l'inclusione sociale [1], [2], [3];</p> <p>k) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>

<p>I. Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili [1],[2],[3];</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani [1],[2],[3]; b) ideazione e sviluppo di nuove modalità di interazione tra gli abitanti, mettendo a fuoco in modo partecipato quel che manca nel quartiere e quello che può presentare una risorsa (ad esempio rigenerando spazi già esistenti o pensandone di nuovi) [1],[2],[3]; e) sostegno all'inclusione sociale, in particolare delle persone con disabilità e non autosufficienti [1],[2],[3]; d) contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1],[2],[3]; e) contrasto alle solitudini involontarie specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1],[2],[3]; f) sviluppo e promozione dello sport come strumento di aggregazione e crescita sociale [1],[2],[3]; g) sviluppo e rafforzamento del rapporto intergenerazionale per la trasmissione relazionale dei saperi [1],[2],[3]; h) sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disgregate o disagiate, con particolare riferimento allo sviluppo di azioni comunitarie, di coesione, che abbiano l'obiettivo di creare legami e relazioni significative e favoriscano la partecipazione delle famiglie alla vita dei quartieri [1],[2],[3]; i) sviluppo e rafforzamento della cittadinanza attiva, della legalità e della corresponsabilità, anche attraverso la tutela e la valorizzazione dei beni comuni e dei beni confiscati alla criminalità organizzata [1],[2],[3]; j) promozione e sviluppo dell'economia circolare [1],[2],[3]; k) sviluppo e promozione del turismo sociale e accessibile [1],[2],[3]; l) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1],[2],[3].</p>
<p>J. Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo [1],[2],[3]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani [1],[2],[3]; b) promozione e accompagnamento verso acquisti a maggiore sostenibilità e responsabilità [1],[2],[3]; e) promozione e sviluppo dell'economia circolare [1],[2],[3]; d) promozione dell'uso consapevole della risorsa idrica [1],[2],[3]; e) supporto al corretto riutilizzo, riciclo, conferimento dei beni a fine vita [1],[2],[3]; f) promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile [1],[2],[3];</p>

	<p>g) promozione allo scambio e riuso di beni non utilizzati (ad esempio favorendo la creazione di community e network) [1], [2], [3];</p> <p>h) sensibilizzazione e promozione nei cittadini/consumatori verso comportamenti di riduzione dello spreco, riutilizzando le eccedenze alimentari per favorire l'accesso al cibo da parte delle persone in condizione di povertà e promuovendo utilizzi alternativi del cibo che andrebbe altrimenti sprecato [1], [2], [3];</p> <p>i) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>
<p>K. Promuovere azioni, a tutti i livelli per combattere gli effetti del cambiamento climatico [1], [2], [3]</p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) promozione di percorsi educativi e formativi sui mutamenti climatici, in particolare nelle scuole [1], [2], [3];</p> <p>c) sensibilizzazione e incentivazione della capacità umana e istituzionale per quanto riguarda la mitigazione del cambiamento climatico, l'adattamento, la riduzione dell'impatto e l'allerta tempestiva [1], [2], [3];</p> <p>d) implementazione delle conoscenze sul tema dei cambiamenti climatici: cause, scenari futuri, problematiche, possibili adattamenti e soluzioni [1], [2], [3];</p> <p>e) sensibilizzazione delle persone sulla necessità di adottare comportamenti responsabili per contribuire a minimizzare gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle comunità naturali e umane [1], [2], [3];</p> <p>f) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore [1], [2], [3].</p>

2c- Linee di attività³

Attività di interesse generale, in coerenza con lo statuto dell'ente

- a) interventi e servizi sociali ai sensi dell'articolo 1, commi 1 e 2, della legge 8 novembre 2000, n. 328, e successive modificazioni, e interventi, servizi e prestazioni di cui alla legge 5 febbraio 1992, n. 104, e alla legge 22 giugno 2016, n. 112, e successive modificazioni;
- b) interventi e prestazioni sanitarie;
- c) prestazioni socio-sanitarie di cui al decreto del Presidente del Consiglio dei ministri 14 febbraio 2001, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 129 del 6 giugno 2001, e successive modificazioni;
- d) educazione, istruzione e formazione professionale, ai sensi della legge 28 marzo 2003, n. 53, e successive modificazioni, nonché le attività culturali di interesse sociale con finalità educativa;

³ Ricomprese tra quelle di cui all'articolo 5 del d.lgs. 117/2017 e s.m.i. di cui al paragrafo 2 dell'Avviso 1/2018.

- 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;
- f) interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio, ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e successive modificazioni;
- g) formazione universitaria e post-universitaria;
- h) ricerca scientifica di particolare interesse sociale;
- i) organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura e della pratica del volontariato e delle attività di interesse generale di cui al presente articolo;
- j) radiodiffusione sonora a carattere comunitario, ai sensi dell'articolo 16, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni;
- k) organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso;
- l) formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo scolastico e formativo, alla prevenzione del bullismo e al contrasto della povertà educativa;
- m) servizi strumentali ad enti del Terzo settore resi da enti composti in misura non inferiore al settanta per cento da enti del Terzo settore;
- n) cooperazione allo sviluppo, ai sensi della legge 11 agosto 2014, n. 125, e successive modificazioni;
- o) attività commerciali, produttive, di educazione e informazione, di promozione, di rappresentanza, di concessione in licenza di marchi di certificazione, svolte nell'ambito o a favore di filiere del commercio equo e solidale, da intendersi come un rapporto commerciale con un produttore operante in un'area economica svantaggiata, situata, di norma, in un Paese in via di sviluppo, sulla base di un accordo di lunga durata finalizzato a promuovere l'accesso del produttore al mercato e che preveda il pagamento di un prezzo equo, misure di sviluppo in favore del produttore e l'obbligo del produttore di garantire condizioni di lavoro sicure, nel rispetto delle normative nazionali ed internazionali, in modo da permettere ai lavoratori di condurre un'esistenza libera e dignitosa, e di rispettare i diritti sindacali, nonché di impegnarsi per il contrasto del lavoro infantile;
- p) servizi finalizzati all'inserimento o al reinserimento nel mercato del lavoro dei lavoratori e delle persone di cui all'articolo 2, comma 4, del decreto legislativo recante revisione della disciplina in materia di impresa sociale, di cui all'articolo 1, comma 2, lettera c), della legge 6 giugno 2016, n. 106;

- q) alloggio sociale, ai sensi del decreto del Ministero delle infrastrutture del 22 aprile 2008, e successive modificazioni, nonché ogni altra attività di carattere residenziale temporaneo diretta a soddisfare bisogni sociali, sanitari, culturali, formativi o lavorativi;
- r) accoglienza umanitaria ed integrazione sociale dei migranti;
- s) agricoltura sociale, ai sensi dell'articolo 2 della legge 18 agosto 2015, n. 141, e successive modificazioni;
- t) organizzazione e gestione di attività sportive dilettantistiche;
- u) beneficenza, sostegno a distanza, cessione gratuita di alimenti o prodotti di cui alla legge 19 agosto 2016, n. 166, e successive modificazioni, o erogazione di denaro, beni o servizi a sostegno di persone svantaggiate o di attività di interesse generale a norma del presente articolo;
- v) promozione della cultura della legalità, della pace tra i popoli, della nonviolenza e della difesa non armata;
- w) promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti delle attività di interesse generale di cui al presente articolo, promozione delle pari opportunità e delle iniziative di aiuto reciproco, incluse le banche dei tempi di cui all'articolo 27 della legge 8 marzo 2000, n. 53, e i gruppi di acquisto solidale di cui all'articolo 1, comma 266, della legge 24 dicembre 2007, n. 244;
- x) cura di procedure di adozione internazionale ai sensi della legge 4 maggio 1983, n. 184;
- y) protezione civile ai sensi della legge 24 febbraio 1992, n. 225, e successive modificazioni;
- z) riqualificazione di beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata.

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

Esporre sinteticamente:

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

L'ambito territoriale del progetto #TAG è **nazionale**.

Le **azioni "effettive"** - certamente moltiplicate dalle azioni di comunicazione e promozione - si svolgeranno, infatti, in **tutte le regioni** quandanche attraverso un coinvolgimento graduale dei territori seguendo un cronoprogramma ove prevale la puntuale messa a punto delle esperienze progettuali, il conseguente consolidamento dei risultati e la replica progressiva delle azioni solo una volta acquisite come valide. In questo senso, si prevede di sviluppare una prima release pilota delle azioni del progetto in un primo gruppo di regioni. Completata la sperimentazione, verranno coinvolti, secondo le medesime modalità, i restanti territori.

In particolare, la prima sperimentazione vedrà l'organizzazione delle azioni progettuali nei seguenti **10** territori: **Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Veneto, Marche, Umbria, Lazio, Campania, Puglia, Sicilia**.

Successivamente, l'implementazione del progetto, coinvolgerà tutte le restanti regioni, tramite la realizzazione di un secondo road show delle iniziative territoriali che verrà realizzato in **11** ambiti quali: **Valle d'Aosta, Piemonte, Provincia Autonoma di Bolzano, Provincia Autonoma di Trento, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Abruzzo, Molise, Basilicata, Calabria, Sardegna**.

3.2. Idea a fondamento della proposta progettuale

Il motivo ispiratore del progetto #TAG è il saper “**fare con le mani**”, tipico, per antonomasia, del mondo artigiano e contadino nonché di quelle abilità normalmente tramandate in ambito familiare, ma in ogni caso riconducibili a tradizioni locali di sempre più difficile e rara prosecuzione.

Oggi, in molti casi, tale “sapere manuale” è prerogativa dei soggetti più anziani che ne sono custodi e testimoni.

E si tratta di una testimonianza tanto più preziosa quanto più non ci si riferisce a tradizioni, filiere o modalità produttive diventate nel frattempo oggetto di valorizzazione strutturata, anche su ampia scala, ma viceversa ci si riferisce a saperi “minori” ovvero meno noti e, per questo, soggetti a un maggiore rischio di scomparire nella dimenticanza generale.

Ecco allora che #TAG punta il proprio obiettivo, in maniera perfettamente sincrona, sia sulla testimonianza e sia sul testimone, declinando, attraverso una ricca articolazione di fasi, un’epica delle piccole cose capace di restituire, in maniera fedele, la fisionomia di un’Italia, di persone e lavoratori, in un’altra fase storica.

Il fine del progetto non si esaurisce, tuttavia, nella certosa ricerca delle testimonianze, viceversa ha la vocazione, ben più ambiziosa, di trasformare queste testimonianze in motori di socialità. L’idea è, infatti, quella di progettare un “luogo”, sia concettuale e sia fisico, che in #TAG viene chiamato **Bottega**, dove due generazioni, giovani e anziani, si incontrano e, proprio tramite l’esperienza del “fare”, si trasferiscono, l’un l’altro, contenuti, valori e opportunità.

Forte di un nuovo protagonismo, l’anziano, nella Bottega, accompagna infatti il giovane nel prendere dimestichezza con la tradizione manuale di cui è testimone; di contro, il giovane - che, già nativo digitale, viene in #TAG formato per acquisire ulteriori skills nella realizzazione di **Tutorial** - dona nuova vitalità alla testimonianza dell’over 65, innanzitutto facendola propria e, quindi, nella formula dell’intervista *face to face*, traducendola in un linguaggio moderno, fatto di immagini video e codici emotivi contemporanei che hanno facile e rapida presa sui coetanei tramite, ad esempio, i social network.

Si tratta di un “format” semplice, almeno nelle dinamiche organizzative, che tuttavia, in quella che crediamo possa essere definita un’alleanza generazionale, è capace di favorire la consapevolezza del valore delle persone, del loro vissuto e portato di esperienza e, insieme, di contribuire, nella rilettura e nel confronto di due approcci generazionali, ad attualizzare le radici di una comunità.

Un processo, quello attivato dall’incontro-scambio intergenerazionale, con un potenziale di “*booster sociale*” talmente alto che si prevede la partecipazione di giovani provenienti da contesti di particolare fragilità i quali, nel *tandem del fare e del raccontare* proprio del luogo Bottega, potranno trovare idonee leve per attutire il proprio disagio.

Il portato del progetto mira evidentemente a raggiungere una platea ben più vasta dei protagonisti e delle comunità direttamente coinvolte - peraltro, in sé, campione numericamente rilevante - e, per questo, #TAG identifica strumenti tecnologicamente innovativi per estendere, teoricamente all’infinito, nello spazio e nel tempo, i contenuti e l’approccio proposti nel progetto; ci si riferisce, *in primis*, ad una **Banca Dati delle Storie**, costantemente implementabile, dove si potrà consultare il patrimonio di storie di lavoro dei diversi territori e, ancora, **all’Exhibit**, una mostra virtuale e itinerante in cui le “vecchie” testimonianze parleranno ai visitatori con nuove sensibilità.

L'aver progettato un percorso di scambio intergenerazionale e di partecipazione sociale facilmente attivabile per altri territori, altre storie, altri giovani e anziani, di oggi e di domani - proponendo, *de facto*, una prospettiva di sviluppo sostenibile in perfetta sintonia con quanto previsto dall'Agenda 2030 dell'ONU - è probabilmente l'output più profondo e ambizioso del progetto di seguito puntualmente descritto.

3.3. Descrizione del contesto

Seneca, nel Tempo, scrisse che “*vivitis qui multis usui est, vivitis qui se utitur*” cioè “*vive veramente chi è utile all'umanità e sa usare sé stesso*”: ebbene, è proprio questo il bisogno sociale cruciale che il progetto #TAG intende, in senso lato, soddisfare, al fine di rendere le nostre comunità più accoglienti e inclusive.

Il progetto, con il suo ricco corredo di azioni integrate, intende contrastare la latente indifferenza delle nostre comunità all'interno delle quali tante persone, con il loro prezioso patrimonio di vissuto, di talenti e di esperienza, finiscono oggi per essere "invisibili" agli occhi di tutti.

#TAG promuove, da questo punto di vista, la sperimentazione di nuove formule di partecipazione, volte a fronteggiare i rischi sociali legati alle solitudini involontarie degli anziani che non trovano più ragioni di vero protagonismo nel quotidiano e quelle dei giovani che si rinchiudono nelle loro case in un pericoloso atteggiamento di rassegnazione e di rinuncia al futuro (i cosiddetti NEET).

Per contrastare il propagarsi della perdita di memoria storica, in base alla quale, da un lato, i giovani tendono a rigettare i legami con il passato, percepito solo come vincolo, e, dall'altro, i senior trascurano la dimensione generativa di “cura” e investimento sul futuro, rappresentato proprio dalle giovani generazioni, #TAG prova a coniugare l'educazione alla cittadinanza responsabile con l'intergenerazionalità, l'acquisizione di competenze ed esperienze con il superamento dei luoghi comuni legati all'età, e, ancora, miscela il protagonismo attivo degli anziani con l'empowerment relazionale, civile e identitario degli under 30.

Ora, se intercettare le solitudini e le fragilità sociali per costruire una alternativa credibile e sostenibile è un caposaldo della finalità istitutiva di **Anteas**, il partenariato di #TAG, attraverso le specificità dei soggetti coinvolti, virtuoso *melting pot* di visioni e missioni, riesce ulteriormente ad ampliare la capacità di interpretazione di un ancora più ricco ventaglio di dinamiche delle comunità e quindi intervenire nella sfera sociale assicurando un efficace raggiungimento dei risultati attesi. Ci si riferisce a **CdO Opere Sociali** il cui mandato istituzionale, perpetrato a livello nazionale, è favorire il protagonismo di ogni persona nel mondo del lavoro e della società civile attraverso la costruzione di una rete tra le opere sociali ovvero sviluppando una vera e propria “amicizia operativa”. Ancora, l'Associazione di Volontariato **La Strada**, che nell'impegno ultradecennale profuso nella complessa periferia del sud milanese, ha acquisito un'esperienza a 360 gradi nell'accompagnamento e conforto di giovani provenienti da contesti sociali e familiari di particolare disagio. Quindi **ANCOS**, associazione di promozione sociale che, su scala nazionale e tramite il proprio bacino sociale e la propria rete, contribuisce alla diffusione della cultura del lavoro e dell'artigianato, attraverso le proprie reti. Infine **UNPLI Lazio**, il Comitato Regionale delle Pro loco Laziali, da anni attivo sul territorio nel promuovere e raccogliere buone pratiche di valorizzazione delle tipicità locali. Non meno rilevante il supporto delle collaborazioni gratuite da parte di soggetti che si sono riconosciuti nei contenuti e nelle finalità di #TAG: in primis la **CISL**, la Confederazione Italiana Sindacato dei Lavoratori, forte di un'esperienza sessantennale nel mondo del lavoro e delle sue storie; quindi il **Consorzio del Parmigiano Reggiano** che tutela e valorizza un brand dove sono raccolte, per eccellenza, preziose tipicità

del “saper fare” e, infine **L’HUB**, realtà innovativa, nata dalla lunga esperienza e tradizione familiare di Barbara Zucchi, che opera nella valorizzazione in forma laboratoriale delle tradizioni del tessile.

L’ispirazione delle “Botteghe della Fiducia” che Anteas aveva già proficuamente sviluppato in altra iniziativa progettuale e quindi il vivace incrocio delle competenze e delle visioni avvenuto all’interno del Partenariato e nel confronto con i Soggetti Sostenitori, sono stati dunque il presupposto per la progettazione di attività sperimentali di scambio intergenerazionale ove ogni soggetto ha fatto e farà confluire esperienza, risorse umane, territori, creatività e relazioni.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

La Decisione del Consiglio 2010/37/CE del 27 Novembre 2009, relativa all’Anno Europeo delle attività di volontariato che promuovono la Cittadinanza attiva (2011), invita, fra l’altro i giovani a maturare le competenze necessarie per essere cittadini che sappiano valorizzare il proprio patrimonio culturale, attraverso percorsi che prevedano sia la conoscenza del patrimonio esistente sia la realizzazione di progetti di tutela.

Incoraggiare i cittadini, in particolar modo i giovani, con specifica attenzione a quanti afferenti a situazioni di disagio, a impegnarsi attivamente nella vita politica e sociale è recentemente diventata una priorità crescente sia a livello nazionale sia a livello europeo.

Il recente Rapporto Giovani 2018, curato dall’Istituto Toniolo, sembra incoraggiare questa prospettiva - oltre che confortare le stesse finalità del presente progetto; emerge infatti come le nuove generazioni incarnino una sorta di binomio, volendo da un lato valutare criticamente e valorizzare il patrimonio ricevuto e desiderando dall’altro conquistare un ruolo da protagonisti. Ci sono certamente elementi di rassegnazione, disillusione e distacco, ma emerge l’energia con la quale il 73,8% degli intervistati ritiene che sia ancora possibile impegnarsi in prima persona nella società.

In questo senso, la condizione peggiore per i ragazzi italiani è quella di rimanere inattivi e inoperosi senza avere o cercare opportunità per mettere alla prova le proprie abilità, il proprio saper essere e saper fare, ovvero i cosiddetti NEET, i giovani che non studiano e non lavorano, e tutto ciò mentre la maggioranza dei giovani italiani presenta una grande volontà di essere attiva e partecipativa e una forte predisposizione all’intraprendenza.

Allo stesso tempo, gli over 65, in Italia, rappresentano una fascia caratterizzata, più che altrove, da diverse criticità in ambito relazionale; secondo il sondaggio ‘Elderly People in Europe Today’, realizzato per l’Institut du Bien Vieillir Korian’ dalla società di ricerca ‘Ipsos’, è possibile parlare di scarsa felicità e senso di solitudine, con valori preoccupanti.

A contribuire alla mancata gioia è la sensazione di non essere realizzati, che viene provata dal 53% di loro (in Europa la media è del 32%) e il senso di solitudine che si prova almeno una volta al giorno e colpisce circa il 33% degli over 65 (27% la media europea).

Tutto questo quando le aspettative di vita si sono allungate e, sempre lo stesso sondaggio, ricorda che il 71% di loro vive bene la propria età e per il 70% la vita è ancora una fonte di piacere. Si ritiene che l’incontro strutturato con le nuove generazioni possa fondatamente contrastare il senso di solitudine e di inutilità.

A corollario, bisogna ricordare l'Agenda 2030 dell'ONU e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, con particolare riferimento alle forti raccomandazioni per investire sul capitale sociale al fine di produrre relazioni di fiducia tra le persone nelle comunità - cui peraltro fa eco l'introduzione del Bes con i parametri sperimentali per la misurazione del Benessere equo e sostenibile, per superare una visione economico-centrica delle dinamiche del sistema Paese.

In considerazione di un simile contesto, l'incontro intergenerazionale, la trasmissione attraverso questo di valori, saperi e competenze, il ripristino di logiche identitarie, e di solidarietà sociale, può essere uno speciale strumento sia per avviare una controtendenza di alcune delle patologie dei due target sopra menzionati e sia, nel contempo, per incoraggiare e incrementare, viceversa, le tendenze di partecipazione e di cittadinanza attiva già in essere, accelerando più mature condizioni di esistenza e più profondi legami con la vita.

3.5. Valutazione di impatto

- a) Prevista **[Si]** - ~~[No]~~ – per coloro che hanno risposto Sì passare alla lettera b)
- b) Descrivere come sarà realizzata la valutazione ex post, ovvero i risultati conseguiti al termine delle attività e gli impatti raggiunti a due anni dalla conclusione del progetto:

Oltre all'attività classica di monitoraggio e valutazione, il progetto prevede la valutazione dell'impatto costruita all'interno del disegno di progetto e non slegata dalla progettazione e realizzata solo *ex post*. L'obiettivo della misurazione dell'impatto lungo tutto il processo di realizzazione del progetto è misurare il cambiamento avvenuto rispetto alla situazione di partenza e procurato intenzionalmente e direttamente dall'intervento progettuale, coerentemente con gli obiettivi che #TAG stesso si è dato. La descrizione del cambiamento avvenuto, supportata da evidenze quantitative e qualitative, permetterà la creazione di un modello di intervento replicabile, scalabile, esportabile e confrontabile con altri implementati sul territorio nazionale ed internazionale. L'attività di valutazione coprirà tutto il ciclo di vita del progetto, con una misurazione finale anche a 2 anni dalla fine delle attività.

Nella prima fase di progetto, verrà messo a punto un Disegno di Monitoraggio e Valutazione di impatto in cui saranno previste le fasi di attività, le scadenze, e il kit di strumenti di ricerca sociale (questionari, interviste, focus group, osservazione partecipata e non, ecc.). Il Disegno prevedrà la costruzione di un sistema di indicatori e i relativi valori attesi costruiti attraverso la teoria del cambiamento (*Theory of Change*). Contestualmente saranno messi a punto gli strumenti di rilevazione quanti-qualitativi sia finalizzati al monitoraggio che alla valutazione dei risultati e dell'impatto.

Il disegno di valutazione di impatto terrà inoltre conto dell'indagine di fondo realizzata con la metodologia della ricerca collaborativa e sul modello teorico della cosiddetta "*activity theory*" di Engstrom che mira a costruire una meta interpretazione della cornice di progetto a partire dalla relazione dialettica tra gli obiettivi e gli strumenti del progetto visti e creati dai progettisti, le comunità e i beneficiari ed il contesto di regole e norme che lo caratterizza.

I dati raccolti saranno alla base dell'elaborazione di report semestrali. Le fasi della valutazione saranno: ex-ante, in itinere ed ex post.

Nella misurazione dell'impatto si prevede inoltre di applicare a campione il metodo dei RCT (*Randomized Control Trials*) che dividono la popolazione (giovani, anziani, famiglie) in due gruppi: coloro che partecipano al programma e ricevono un beneficio (gruppo sperimentale) e coloro i quali non partecipano ancora, ma lo faranno verosimilmente in una fase successiva (gruppo di controllo). La decisione nella scelta del gruppo di controllo deve essere ben ponderata e mira ad assicurare un approccio etico e trasparente, che prevede un beneficio immediato o futuro per le persone e che non utilizza le persone come cavie da laboratorio, ma lavora per migliorare modelli di intervento per il bene comune.

Al termine del progetto saranno redatti un report di valutazione dei risultati nazionale e report locali ed uno di valutazione dell'impatto alla scadenza dei **due anni**.

Vista l'innovatività del metodo di valutazione è compresa come azione migliorativa la scrittura di un articolo scientifico ed uno divulgativo sulla metodologia ed i risultati raggiunti e la relativa disseminazione sul territorio nazionale.

3.6. Metodologie

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

A) Innovative rispetto:

al contesto territoriale

alla tipologia dell'intervento

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

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

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

Specificare le caratteristiche:

Attraverso il progetto #TAG e la contaminazione di valori, contenuti e prospettive generata nell'ambito del suo Partenariato, si è inteso mettere in atto una sperimentazione di contatto tra le generazioni, segnatamente fra quella degli over 65 anni e quella degli under 30 anni, utilizzando la narrazione dell'esperienza vissuta in ambito lavorativo, o comunque manuale, come dispositivo di mediazione culturale, epistemico e di promozione relazionale tra soggetti di età diversa.

Lo scambio intergenerazionale così come configurato nel presente progetto, a valle della realizzazione delle azioni previste nei **21 contesti territoriali (19 regioni e 2 Province autonome)**, ossia attraverso la partecipazione attiva di **1260 soggetti in target** nei diversi "luoghi" di incontro e di

narrazione appositamente progettati e implementati (le Botteghe, la Tutorial School, l'Exhibit e la Banca Dati delle Storie) rappresenta un percorso - e metodo - di animazione sociale perfettamente generalizzabile e trasferibile.

Il percorso di confronto e trasferimento di contenuti da reinterpretare, è insomma una struttura logica e operativa che si presta ad essere replicata in altri territori, eventualmente anche con altri target ovvero individuando nuove esperienze, tradizioni e storie di saperi rappresentativi delle comunità i quali verranno rinnovati nello storytelling frutto del confronto intergenerazionale di volta in volta organizzato.

4- Risultati attesi (Massimo due pagine)

Con riferimento agli obiettivi descritti al precedente paragrafo, indicare:

<i>Destinatari degli interventi (specificare)</i>	<i>Numero</i>	<i>Modalità di individuazione</i>
Testimoni del sapere manuale over 65	315	Il recruitment di questo specifico target coinvolto nel progetto avverrà attraverso la collaborazione di tre partner. Nella fattispecie, Anteas , contribuirà tramite la rete delle sedi territoriali e il bacino degli associati. Ancos attraverso la relazione con la propria rete e il "Registro dei Maestri d'Opera"; segnatamente per il Lazio, intervorrà Unpli Lazio che ha una consolidata tradizione nel custodire e valorizzare le tipicità locali e i suoi protagonisti. Infine, collaboreranno all'individuazione dei protagonisti over 65 anche la CISL , il Consorzio del Parmigiano Reggiano e L'HUB in forma di collaborazione gratuita.
Giovani e studenti under 30 (di cui almeno l'10% proveniente da contesti disagiati)	945	Per individuare i partecipanti under 30 si prevede di attivare, a livello di Anteas Nazionale un'intensa relazione con le scuole degli ambiti territoriali coinvolti, avvalendosi della collaborazione della propria rete. Inoltre si prevede un'azione attiva, a livello nazionale, di CdO Opere Sociali attraverso la rete dei propri associati. Infine, La Strada intervorrà dedicando particolare attenzione al reclutamento di giovani provenienti da situazioni di particolare disagio.

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

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

Attraverso lo svolgimento delle diverse Fasi previste, #TAG interviene in maniera concreta sui due target laddove, attraverso l'attivazione di un virtuoso scambio intergenerazionale, l'over 65 torna a rinnovare il proprio protagonismo e conforta la consapevolezza del proprio valore all'interno della comunità; d'altro canto il giovane under 30, identificandosi, facendone diretta esperienza, in un sapere manuale e personalizzandolo attraverso un linguaggio e una sensibilità più moderni, accresce il proprio senso di appartenenza e viene congiuntamente responsabilizzato circa l'essere al centro della definizione di una nuova prospettiva per la propria comunità. È bene inoltre segnalare come una simile esperienza di cittadinanza attiva acquisisca un'accezione ancora più rilevante da un punto di vista sociale quando ad esserne protagonista giovane proviene da contesti di disagio o particolare fragilità.

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

È possibile discriminare i risultati per i due diversi target oggetto di #TAG, coinvolti attivamente nel numero complessivo di **1260 persone**.

In relazione al target over 65, il progetto, nel coinvolgimento sperimentale dei **315** testimoni del sapere manuale riesce a:

- Contrastare la solitudine involontaria valorizzando e trasferendo competenze e saperi in ambito artigianale, agricolo, produttivo in senso lato o comunque legato alle tradizioni locali.
- Favorire l'integrazione sociale e il coinvolgimento nei processi di animazione culturale.
- Incentivare il volontariato.
- Incentivare l'aggiornamento dei linguaggi e la fruizione del web per incentivare la socialità.

In relazione al target under 30 attraverso le dedicate ai **945** giovani #TAG concorre concretamente a:

- Promuoverne la cittadinanza attiva, l'inclusione sociale e, in casi specifici, contrastando situazioni di disagio.
- Favorire la conoscenza del territorio e la prosecuzione delle tradizioni del "fare" attraverso un approccio attuale e *peer to peer*.
- Incentivare il senso di identità e di appartenenza.
- Incentivare il volontariato

Preme sottolineare che, nell'ambito di questo target, viene assicurato **il coinvolgimento di almeno il 10% di giovani provenienti da situazioni di particolare disagio**.

Vale infine la pena attenzionare un risultato indiretto, quandanche non secondario, sul progetto, in quanto la valorizzazione attiva della tradizione locale, svolta, in logiche *bottom up*, dagli stessi protagonisti della comunità locale che la riattualizzano, rappresenta una leva essenziale per il rilancio di un contesto territoriale dal punto di vista di una fruizione turistica consapevole e responsabile; è ben noto infatti che la ricerca dell'originale e del genuino così come la possibilità di fruire del più autentico *genius loci* animano oggi fette sempre più rilevanti del mercato *leisure* sia a livello nazionale e sia a livello internazionale.

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

Si può a buon diritto sostenere che la replicabilità è uno degli obiettivi "fisiologici" del progetto #TAG.

La particolare esperienza della Bottega intende in effetti sperimentare e quindi consolidare un "contenitore standard" di dialogo attivo fra due generazioni, meglio fra due portatori di differenti saperi ed esperienze che facilmente si presta ad essere ripetuto in altri contesti, con altri rappresentanti dei due target e utilizzando altre specifiche testimonianze del fare per concretizzare una "staffetta sociale" a beneficio della comunità.

Se l'ambito territoriale nazionale del road show già consente, di per sé - e con l'ausilio di tutti gli strumenti e le azioni di comunicazione messi in campo - di assicurare una vasta vetrina alle potenzialità della Bottega, ad amplificarne in maniera ulteriore il portato sociale e culturale è quindi l'Exhibit, ovvero la mostra itinerante che di territorio in territorio tramanderà storie e voci del nostro operoso Paese.

L'Exhibit, teoricamente, estende senza limiti territoriali e di tempo, la possibilità di generare valore e raccogliere testimonianze; una volta rilasciato sarà a disposizione di tutti i luoghi per essere da questi ascoltato, visitato e soprattutto implementato.

È bene sottolineare come la partecipazione attiva dei soggetti Partner e dei soggetti Collaboratori alla diffusione e disseminazione delle azioni e risultati del progetto attraverso le proprie reti ed associati (oltre che canali di comunicazione *corporate*) determina di per sé un rilevante effetto moltiplicatore e di riverbero.

5 – Attività (*Massimo quattro pagine*)

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

Per la realizzazione del progetto #TAG si prevedono **11 Fasi** come di seguito descritte.

FASE 1 – GESTIONE E MONITORAGGIO

In questa fase sono comprese tutte quelle azioni tese a garantire il più opportuno avvio e la corretta gestione delle attività, in coerenza con gli obiettivi del progetto e con i risultati attesi.

Attività 1- Gestione

Comprende tutte le attività necessarie a svolgere in maniera efficiente ed efficace le diverse fasi progettuali, il personale, le risorse finanziarie e ogni aspetto tecnico e amministrativo.

Rientra in questa azione la costituzione di un **Project Bureau** (comitato di pilotaggio), con rappresentanti di ogni associazione partner, avente funzioni di supervisione anche amministrativo-finanziaria, pianificazione esecutiva, coordinamento delle relazioni fra i partner, predisposizione delle Relazioni intermedie.

Attività 2 – Monitoraggio

Si tratta di azioni necessarie per assicurare un congruo processo decisionale interno al partenariato e allo staff del progetto. Nella fattispecie saranno svolti:

- Verifiche in corso di progetto per verificare il raggiungimento progressivo dei risultati.
- Controllo di gestione rispetto ad eventuali sfasamenti a fronte della originaria pianificazione con lo scopo di intervenire nella rapida risoluzione delle criticità laddove emerse e messa in pratica dei necessari aggiustamenti.

Attività 1 e 2

Ambito territoriale: Sede nazionale di Anteas e sedi dei Partner di progetto

Collegamento con gli obiettivi del progetto: le azioni sono fondamentali per assicurare l'efficacia delle azioni previste e il raggiungimento dei risultati attesi.

Ruoli: Le attività coinvolgono l'intero Partenariato.

FASE 2 – BANCA DATI DELLE STORIE. ANALISI E RICERCA.

Questa Fase prevede sia un'ottimale definizione propedeutica dei saperi manuali presenti a livello territoriale, sia l'individuazione dei testimoni del fare, con l'obiettivo di implementare un'inedita banca dati di racconti di lavoro (e di vita).

Attività 1 - Ricerca desk

Al fine di identificare al meglio i “**saperi manuali**” presenti sul territorio nazionale viene eseguita una ricerca desk. La ricerca restituirà una mappatura delle eccellenze regionali per quanto riguarda le tradizioni del “fare” con le mani così da identificare le pratiche più interessanti su cui incentrare, per ogni regione, le diverse iniziative progettuali.

Ambito territoriale: Sede nazionale di Anteas

Collegamento con gli obiettivi specifici del progetto: mappatura dei “saperi manuali” a livello regionale su cui intervenire tramite le azioni di progetto.

Ruoli: l'azione si svolge sotto il coordinamento di Anteas ed è affidata a consulenti esperti in discipline socio-economiche.

Attività 2 - Coinvolgimento dei volontari

Si tratta dell'approfondimento su temi e finalità del progetto rivolta ai volontari dell'associazione proponente operanti nei 10 ambiti territoriali della prima fase del progetto. I volontari, infatti, nel numero di almeno **due per ogni ambito**, saranno chiamati a identificare le testimonianze territoriali del saper fare manuale.

Si prevedono **2 giornate di formazione** in ognuno dei **10 ambiti regionali coinvolti** nella prima fase sperimentale del progetto.

Ambito territoriale: Sedi territoriali di Anteas, da definire, in **Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Veneto, Marche, Umbria, Lazio, Campania, Puglia, Sicilia.**

Collegamento con gli obiettivi del progetto: sviluppo del volontariato, della cittadinanza attiva e promozione della capacity building dell'associazione

Ruoli: responsabile dell'azione è il capofila che si avvarrà dell'ausilio di facilitatori esperti.

Attività 3 - Banca Dati delle Storie

Sulla base delle testimonianze acquisite dai volontari e con il contributo dei partner Ancos e UNPLI Lazio, avviene con questa azione la realizzazione, di un **data base** che **conterrà i riferimenti di testimoni del fare nelle 10 regioni** della prima fase del progetto. Questa **Banca Dati delle Storie**, tramite metodologie sperimentali di analisi di sistemi automatici di archiviazione e analisi/classificazione automatica di contenuti multimediali, restituirà una mappa delle testimonianze, con possibilità di continua implementazione.

Ambito territoriale: Sede nazionale Ancos, Sede UNPLI Lazio, Sede nazionale Anteas.

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione è fondamentale per il rilascio di uno degli output principali del progetto ossia la banca dati delle storie.

Ruoli: **Ancos**, attraverso le proprie reti e associati potrà mettere a disposizione della Banca Dati delle Storie informazioni sulle principali tradizioni locali e sui Maestri d'Opera di cui detiene un apposito Registro. **UNPLI Lazio** collaborerà all'azione attraverso la consolidata esperienza di valorizzazione delle tipicità locali. Contemporaneamente **Anteas** si avvarrà del proprio patrimonio di informazioni e relazioni in termini di storie di lavoro. Infine si prevede la collaborazione gratuita di **CISL**, fonte per antonomasia di storie di lavoro, oltre al **Consorzio del Parmigiano Reggiano** per l'individuazione di specifiche testimonianze della produzione tradizionale nel settore caseario e de **L'Hub** per quanto concerne le testimonianze del tessile in Lombardia.

FASE 3 – A SCUOLA DI #TAG: LA TUTORIAL SCHOOL

Come l'under 30 può efficacemente contribuire a perpetrare una tradizione del proprio territorio? Uno dei modi identificati da #TAG è la possibilità da parte del giovane di raccontarla, scegliendo nuovi codici di linguaggio e personalizzandola, così da renderla attuale e condivisibile in logiche peer to peer.

Attività 1 - Progettazione e pianificazione Tutorial School

Supportati da un professionista del video-making, verrà definito il modello e il programma di Tutorial School itinerante ovvero una formazione spot a giovani under 30 delle diverse comunità locali coinvolte su come realizzare efficaci tutorial utilizzando i più comuni devices (es smartphone). L'azione comprende anche la redazione di materiale didattico per i partecipanti.

Ambito territoriale: Sede nazionale di Anteas

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione fornisce al target under 30 gli strumenti per rinnovare le testimonianze dei saperi manuali.

Ruoli: Anteas è il responsabile dell'azione e si avvale di un consulente esterno esperto in video-making con particolare riferimento al linguaggio social.

Attività 2 - Recruitment under 30

Attraverso un processo di selezione, fondato sulle consolidate relazioni delle associazioni del partenariato e con un'intensa attività di relazioni con gli istituti scolastici a livello territoriale, verranno selezionati i giovani under 30 che potranno partecipare a questa esperienza di formazione (e successivamente alle Botteghe). Un'attenzione speciale verrà assicurata al coinvolgimento di **giovani provenienti da situazioni di particolare disagio**.

Si prevede il recruitment di **45 giovani per ogni regione** compresa nella prima release del progetto (n.10) per un totale di **450 under 30**.

Ambito territoriale: Sede nazionale di Anteas, Sede nazionale CdO Opere Sociali, Sede de La Strada.

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione è fondamentale per il coinvolgimento di uno dei due target di progetto.

Ruoli: **CdO Opere Sociali**, con una consolidata esperienza in attività di animazione rivolte al target under 30 si occuperà del recruitment dei partecipanti. **La Strada** sarà coinvolta nell'individuazione di partecipanti provenienti da contesti di disagio. **Anteas** avrà in carico la relazione con le scuole, a livello regionale.

Attività 3 - Realizzazione Tutorial School

Attraverso un calendario di **10 appuntamenti sul territorio**, si realizza in questa fase la Tutorial School.

Pensata come scuola itinerante, la Tutorial School prevede una formazione di **due giorni**, con una prima giornata dedicata alla formazione in aula e una seconda giornata di project work.

Ambito territoriale: Sedi da definire in Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Veneto, Marche, Umbria, Lazio, Campania, Puglia, Sicilia.

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione fornisce al target under 30 gli strumenti per rinnovare le testimonianze dei saperi manuali.

Ruoli: Anteas è il responsabile dell'azione e si avvale di un consulente esterno esperto in video-making con particolare riferimento al linguaggio social.

FASE 4 – LE BOTTEGHE

Cuore del progetto, le Botteghe sono i luoghi in cui si manifesta, concretamente, l'alleanza generazionale che ispira #TAG.

Suddivise in **Botteghe del Fare e Botteghe del Sapere**, questi luoghi di incontro "in tandem" consentono di mettere in contatto due mondi e, ancora, di rinnovare l'essenza di una comunità. Ogni target comunica quindi con l'altro attraverso il proprio linguaggio; nelle botteghe del fare, gli over 65 accompagneranno infatti i più giovani nel racconto della materia, della terra, della musica e di quanto essi hanno espresso – e conservato - come testimoni della comunità; dall'altra parte, i più giovani ricambieranno, in perfetta alternanza, traducendo tali testimonianze in video tutorial, dando a queste condivisione e futuro.

In particolare, si prevede una prima release del road show delle Botteghe nei seguenti **10 territori: Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Veneto, Marche, Umbria, Lazio, Campania, Puglia, Sicilia.**

Attività 1 - Preparazione preliminare

Si tratta di un'attività essenziale per assicurare il più opportuno svolgimento del road show delle botteghe a livello periferico. Si prevede quindi la preparazione di 2 referenti locali Anteas per ogni ambito territoriale coinvolto. La sessione di approfondimento si svilupperà attraverso 2 giornate di accompagnamento che si terranno a Roma, presso la sede del Capofila. Per facilitare l'operatività dei successivi incontri, ogni sede Anteas coinvolta verrà dotata di una telecamera digitale portatile.

Ambito territoriale: Sede nazionale di Anteas

Collegamento con gli obiettivi del progetto: favorire l'efficace ed efficiente svolgimento delle Botteghe a livello periferico.

Ruoli: Responsabile dell'azione è Anteas

Attività 2 - Recruitment testimoni del fare over 65

Se la selezione degli under 30 è già stata effettuata per la Tutorial School, ai fini delle botteghe è necessario individuare una selezione di testimoni del "fare". Pertanto compito di questa azione è individuare **15 testimoni del fare** per l'ambito della pratica materiale identificata per ciascuno dei 10 territori coinvolti nel road show delle Botteghe, per un **totale di 150 over 65**.

Ambito territoriale: Sede nazionale di Anteas, Sede nazionale Ancos, Sede Unpli Lazio

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione è fondamentale per il coinvolgimento di uno dei due target di progetto.

Ruoli: L'individuazione dei testimoni del fare manuale viene condotta congiuntamente da **Anteas**, grazie alle proprie relazioni a livello locale, ANCOS, attraverso la propria reti e i propri associati, quindi, per il Lazio, **Unpli Lazio** che detiene un rilevante catalogo di testimoni delle pratiche tipiche della regione. Si prevede infine la "collaborazione gratuita" di **CISL**, del **Consorzio del Parmigiano Reggiano** che raccoglie numerose testimonianze di artigiani della produzione tradizionale e de **L'HUB** per la ricerca di testimoni con particolare riferimento al tessile.

Attività 3 - Organizzazione e realizzazione delle Botteghe del fare

Organizzazione e realizzazione di **10 Botteghe del fare**, presso apposite location appositamente selezionate fra quelle rappresentative della tradizione del territorio. L'incontro, a forte vocazione esperienziale, consentirà, anche grazie all'intervento di facilitatori esperti, il trasferimento teorico, valoriale ma anche creativo-manuale delle competenze custodite dagli over 65 agli under 30.

Attività 4 - Organizzazione e realizzazione delle Botteghe del sapere

Questa azione prevede l'organizzazione delle Botteghe del Sapere, realizzate in "tandem" con quelle del Fare. Durante questi incontri, saranno gli under 30 ad essere protagonisti, avviando il processo di rinnovamento dei linguaggi del fare, traducendo l'esperienza e la testimonianza degli over 65 in video tutorial capaci di tramandarne, anche tramite interviste face to face, il portato culturale e umano.

Azioni 3 e 4

Ambito territoriale: Sedi, da individuare, in Lombardia, Liguria, Emilia Romagna, Veneto, Marche, Umbria, Lazio, Campania, Puglia, Sicilia.

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione è fondamentale per la realizzazione di uno degli output fondamentali del progetto ossia la Bottega.

Ruoli: Responsabile dell'azione è Anteas, con la collaborazione del Partenariato. Contemporaneamente nell'azione si prevede la "collaborazione gratuita" di **CISL**, de **L'HUB** e del **Consorzio del Parmigiano Reggiano**, per l'individuazione di una congrua logistica.

FASE 5 – CONTEST “DIRE, FARE, TRAMANDARE”

Per promuovere le finalità del progetto a livello nazionale, incentivandone al tempo stesso la diffusione dei contenuti e gli obiettivi, si prevede la realizzazione di un contest dove saranno in gara i **tutorial** realizzati in occasione delle Botteghe - la cui selezione sarà funzionale all'Exhibit.

Al fine di rendere ulteriormente coinvolgente la partecipazione al contest, si prevede di utilizzare una modalità di fruizione squisitamente virtuale, con particolare riferimento ai social, capaci di potenziare, attraverso lo strumento della condivisione, la visibilità dell'iniziativa.

Attività 1 - Organizzazione Contest

Realizzazione della piattaforma web interattiva che consentirà lo svolgimento del contest tramite sistema di web voting. La piattaforma, nella fattispecie, utilizzerà un profilo Facebook dedicato.

Ambito territoriale: Sede nazionale di Anteas.

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione concorre al raggiungimento del grande pubblico.

Ruoli: Anteas è il responsabile dell'azione e si avvale di un fornitore per l'implementazione dell'applicazione web funzionale al contest.

Attività 2 - Premiazione on line

Dopo la selezione dei contributi pervenuti sulla piattaforma, verrà celebrata la **premiazione on line**. A tal fine sono previsti premi per i primi tre migliori classificati (smart-phone di ultima generazione). Si prevede l'assegnazione di premi "a coppia": ovvero uno per l'over 65 e uno per l'under 30 protagonisti del tutorial.

Ambito territoriale: Sede nazionale di Anteas

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione perfeziona lo svolgimento del contest

Ruoli: Responsabile dell'azione è Anteas.

Attività 3 - Promozione contest

Per favorire la partecipazione al contest e il web voting "Dire, fare, tramandare", verrà realizzata una **campagna web dedicata**, sui principali social network.

Ambito territoriale: Sede nazionale di Anteas

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione concorre alla massima efficacia del contest.

Ruoli: Responsabile dell'azione è Anteas con la collaborazione del Partenariato.

FASE 6 – RE #TAG. RIPARTENZA

Consolidata la prima release di #TAG e perfezionato il modello della “bottega” come luogo di incontro e trasmissione di saperi ed esperienze, in questa fase è previsto l’avvio della seconda parte del progetto, volta a completare gli interventi nei restanti ambiti territoriali. Verrà così replicato il modello dello scambio intergenerazionale e della traduzione delle storie dei testimoni del fare in un linguaggio 4.0 come garanzia per tramandare e condividere le radici di un territorio e promuovere la vitalità di una comunità locale.

Nella fattispecie, il secondo road show coinvolgerà: **Valle d’Aosta, Piemonte, Provincia Autonoma di Bolzano, Provincia Autonoma di Trento, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Abruzzo, Molise, Basilicata, Calabria e Sardegna.**

Attività 1 - Laboratorio della condivisione

Immaginata come una staffetta fra i territori protagonisti della prima fase del progetto e quelli della seconda, l’incontro approfondisce i risultati ottenuti, i contenuti sociali e le implicazioni più operative. Sempre nel Laboratorio si prevede la formazione per le Botteghe di 2 referenti locali Anteas per ogni ambito territoriale coinvolto. Il Laboratorio avrà una durata di due giorni.

Ambito territoriale: Sede da individuare

Collegamento con gli obiettivi del progetto: azione fondamentale per valutare la prima release e trasmetterne contenuti e operatività agli altri referenti territoriali.

Ruoli: Responsabile dell’azione è Anteas con la collaborazione dei Partner.

Attività 2 – Coinvolgimento dei volontari

Medesime modalità identificate nella Fase 2- Attività 2

Ambito territoriale: Sedi, da definire, negli 11 ambiti territoriali coinvolti.

Collegamento con gli obiettivi del progetto: sviluppo del volontariato e della cittadinanza attiva, promozione della capacity building dell’associazione

Ruoli: responsabile dell’azione è il capofila che si avvarrà dell’ausilio di facilitatori esperti.

Attività 3 - Banca Dati delle Storie

Ulteriore implementazione della **Banca Dati delle Storie** che **si arricchirà dei riferimenti di testimoni del fare negli 11 ambiti territoriali** coinvolti.

Ruoli: **Ancos**, attraverso le proprie reti e i propri associati potrà mettere a disposizione della Banca Dati delle Storie informazioni sulle principali tradizioni locali e sui Maestri d’Opera di cui detiene un apposito Registro. Contemporaneamente **Anteas** si avvarrà del proprio patrimonio di informazioni e relazioni in termini di storie di lavoro. Si prevede inoltre la collaborazione gratuita di Cisl per il suggerimento di testimonianze rilevanti.

FASE 7 – A SCUOLA DI #TAG/2: LA TUTORIAL SCHOOL

A precedere il road show delle Botteghe, ancora una volta si prevede la scuola di tutorial per favorire un accurato e innovativo racconto della testimonianza dei custodi del fare, replicando le stesse modalità, ruoli e collegamenti con gli obiettivi di progetto già identificati nella FASE 3

Attività 1 - Recruitment under 30

Si prevede il recruitment, di **45 giovani per ogni ambito** territoriale (n.11) per un totale di **495 under 30**.

Ruoli: **CdO Opere Sociali**, con una consolidata esperienza in attività di animazione rivolte al target under 30 collaborerà attivamente al recruitment dei partecipanti a livello regionale. **La Strada**, attraverso le proprie relazioni territoriali, curerà l’individuazione di partecipanti provenienti da contesti di disagio. **Anteas** avrà in carico la relazione con le scuole, a livello territoriale.

Attività 2 - Realizzazione Tutorial School

Attraverso un calendario di **11 appuntamenti sul territorio**, si realizza in questa fase la Tutorial School.

La Realizzazione replica le modalità individuate nella precedente Fase 3.

Ambito territoriale: Sedi, da definire, negli 11 ambiti territoriali coinvolti.

Ruoli: Anteas è il responsabile dell’azione e si avvale di un consulente esterno esperto in video-making con particolare riferimento al linguaggio social.

FASE 8 – LE BOTTEGHE/2

In questa fase il road show delle Botteghe si sviluppa nella seconda selezione di ambiti territoriali, ovvero: **Valle d'Aosta, Piemonte, Provincia Autonoma di Bolzano, Provincia Autonoma di Trento, Friuli Venezia Giulia, Toscana, Abruzzo, Molise, Basilicata, Calabria e Sardegna** replicando le medesime modalità già identificate nella precedente FASE 4.

Attività 2 - Recruitment testimoni del fare over 65

Individuazione **15 testimoni del fare** per l'ambito della pratica materiale identificata per ciascuno degli 11 territori coinvolti nel road show delle Botteghe, per un **totale di 165 over 65**.

Ruoli: L'individuazione dei testimoni del fare manuale viene condotta congiuntamente fra **Anteas**, grazie alle proprie relazioni a livello locale e **ANCOS**, attraverso le proprie reti di contatto con il sistema confederale e con le sedi sul territorio. Si prevede inoltre la collaborazione gratuita di **CISL** per il suggerimento di testimoni rilevanti.

Attività 3 - Organizzazione e realizzazione delle 11 Botteghe del fare e delle 11 Botteghe del sapere

Gli 11 incontri in tandem.

Ambito territoriale: Sedi, da individuare, negli 11 ambiti territoriali coinvolti.

Ruoli: Responsabile dell'azione è **Anteas**. Supporto di **CISL** nella identificazione delle sedi per gli incontri.

FASE 9 – CONTEST “DIRE, FARE, TRAMANDARE” /2

A valle del secondo road show , si prevede la replica del Contest dedicato ai tutorial realizzati nel secondo road show delle Botteghe, secondo le medesime modalità, collegamento con gli obiettivi di progetto e ruoli così come già identificati nella precedente FASE 5.

Attività 1 - Lancio del Contest e Premiazione on line

Attività preparatorie di implementazione della applicazione web che consentirà lo svolgimento del contest tramite sistema di web voting. Premiazione on line.

Attività 2 - Promozione contest

Per favorire la partecipazione al contest “Dire, fare, tramandare”, verrà realizzata una seconda **campagna web dedicata**.

FASE 10 – EXHIBIT #TAG

Circularizzare le storie di lavoro e di vita, le testimonianze “materiali” di un Paese che cambia, condividendole con molti altri territori e allungandone, potenzialmente senza limiti temporali, la valenza – la visione e la missione - è uno degli output più ambiziosi del progetto.

In questo senso, questa fase riguarda la progettazione e realizzazione di una mostra dinamica, un exhibit itinerante che raccoglie le migliori esperienze espresse nelle e dalle botteghe e sui territori, attraverso una rielaborazione altamente professionale. Facendo tesoro dei nuovi linguaggi e tecnologie, l'Exhibit è prevalentemente virtuale e consente ai visitatori, in un'esperienza originale, emotiva e multi sensoriale, di conoscere, da un lato, le trame inedite di tanti territori italiani e quindi di riflettere, dall'altro, sull'importanza del *tramandare* le tipicità come “imperativo” morale sia per la conservazione delle radici di una comunità, sia, per interrogarsi su evoluzioni future. L'Exhibit è un format che si fa staffetta attiva fra i luoghi e le generazioni e c si implementa costantemente con nuovi contributi.

Attività 1 - Selezione materiali e progettazione Exhibit

L'esperienza delle Botteghe e successivamente il contest hanno consentito di raccogliere una importante mole di materiali multimediali. Dall'analisi e valutazione di questo materiale partirà la progettazione della mostra itinerante, intesa come identificazione degli strumenti tecnologici più opportuni e delle modalità espositive più congrue e dinamiche.

Ambito territoriale: Nazionale, sedi dei Partner e sedi territoriali nei 21 ambiti

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione è fondamentale per la progettazione esecutiva dell'output finale del progetto.

Ruoli: Dato il carattere di forte innovazione dell'azione, questa è affidata ad un "soggetto esterno" di comprovata esperienza e specifica competenza.

Attività 2 - Rielaborazione materiali e rilascio graduale Exhibit

Una volta definito il modello di exhibit, con questa attività vengono opportunamente rielaborati i materiali che saranno oggetto dell'esposizione in modo da renderli perfettamente fruibili e facilmente "trasferibili".

Si prevede un progressivo rilascio dei contenuti dell'Exhibit che saranno presentati, di volta in volta, nei territori coinvolti, al fine di un costante coinvolgimento della periferia.

Ambito territoriale: Nazionale, sedi territoriali nei 21 ambiti

Collegamento con gli obiettivi del progetto: L'azione è necessaria per l'implementazione dell'Exhibit

Ruoli: il Soggetto Esterno cura il rilascio progressivo dei contenuti per la mostra itinerante. Anteas è responsabile per il coinvolgimento della rete negli appuntamenti per la presentazione parziale dell'Exhibit. Si prevede il coinvolgimento dell'intero partenariato.

Attività 3 - Rilascio Exhibit

Si tratta della presentazione della versione completa e ufficiale dell'Exhibit, come output finale del progetto, da organizzarsi a Roma. In questa fase, si prevede anche di verificare, attraverso le relazioni dei partner, una prima ipotesi di calendario di tappe dell'Exhibit successive alla fine del progetto sulla base di disponibilità eventualmente acquisite da parte di altri territori.

Ambito territoriale: Sede da definire, a Roma.

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'azione è essenziale per la disseminazione dei valori contenuti nel progetto attraverso l'Exhibit.

Ruoli: responsabile dell'azione è Anteas ma si prevede il coinvolgimento dell'intero partenariato.

FASE 11 – COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE

Questa fase prevede un set di azioni finalizzate a divulgare presso il grande pubblico i contenuti, le finalità e i risultati del progetto, ampliando il bacino delle persone coinvolte dal progetto #TAG.

Attività 1 - Redazione e stampa Diario #RiTAG

Una sintesi dei contenuti, dei contributi e delle storie emerse nel corso del progetto. Una visione di un Paese che cambia e uno spunto per un'idea di sviluppo. Il volume, realizzato in **5000 copie**, sarà distribuito in occasione delle tappe dell'Exhibit e tramite le associazioni partner.

Attività 2 - Realizzazione di Materiali

Si precede l'ideazione e la realizzazione di diversi materiali promozionali da distribuire in occasione di vari momenti del progetto. Ci si riferisce, nello specifico a:

- **n.2000 t-shirt** con il logo del progetto da distribuire in occasione delle Botteghe.
- **n.1500 portachiavi** con penna usb da distribuire in occasione delle Botteghe.
- **300 locandine e 20.000 flyer** con i contenuti salienti del progetto e un focus specifico sulle botteghe per promuovere i road show delle Botteghe
- **20.000 cartoline** dedicate ai contenuti del progetto ed al significato dell'Exhibit che saranno distribuite ai visitatori della mostra itinerante.

Attività 1 e 2

Ambito territoriale: nazionale

Collegamento con gli obiettivi del progetto: l'attività concorre al migliore svolgimento delle azioni di progetto.

Ruoli: responsabile dell'attività è Anteas con la collaborazione dei Partner.

Attività 3 - Comunicazione generale

Si prevede l'allestimento di una pagina Facebook dedicata al progetto. Contestualmente, pagine dedicate a #TAG saranno presenti sui siti dei di tutti i soggetti del partenariato.

Infine, una costante attività di promozione verrà assicurata attraverso le varie newsletter istituzionali e tutti i canali di comunicazione interna.

Ambito territoriale: nazionale

Collegamento con gli obiettivi del progetto: L'attività è necessaria per assicurare la massima visibilità ai contenuti, alle finalità e ai risultati del progetto.

Ruoli: L'attività prevede il costante e coordinato coinvolgimento degli uffici comunicazione dei Partner e dei soggetti Collaboratori.

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

Attività di riferimento di cui al precedente paragrafo n. 7	Mesi (colorare le celle interessate)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
FASE 1 - Gestione e Monitoraggio	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FASE 2 - Banca Dati delle Storie	■	■	■	■	■													
FASE 3 - A scuola di #TAG. Tutorial School		■	■	■	■													
FASE 4 - Le Botteghe		■	■	■	■	■	■	■										
FASE 5 - Contest "Dire, fare, tramandare"						■	■	■	■	■								
FASE 6 - RE#TAG. La Ripartenza						■	■	■										
FASE 7 - Tutorial School/2					■	■	■	■										
FASE 8 - Le Botteghe/2						■	■	■	■	■	■	■	■	■				
FASE 9 - Contest "Dire, fare, tramandare"/2														■	■	■		
FASE 10 - Exhibit #TAG			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FASE 11 - Comunicazione	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

7a - Risorse umane

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta (e) (1)	Ente di appartenenza	Livello di Inquadramento professionale (2)	Forma contrattuale (3)	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	3	A - progettazione	ANTEAS	Fascia B	Collaboratore esterno	Macrovoce A
2	1	B - promozione, informazione	ANTEAS	Fascia B	Collaboratore esterno	Macrovoce B
3	1	B - promozione, informazione	ANTEAS	Fascia C	dipendente	Macrovoce B

4	2	C - segreteria, coordinamento	ANTEAS	Fascia C	dipendente	Macrovoce C
5	4	D – gestione attività progettuali	ANTEAS	Fascia B	Collaboratore esterno	Macrovoce C
6	45	D – gestione attività progettuali	ANTEAS	Fascia C	Collaboratore esterno	Macrovoce D
7	1	D – gestione attività progettuali	ANCOS	Fascia B	dipendente	Macrovoce C
	20	D – gestione attività progettuali	ANCOS	Fascia C	Collaboratore esterno	Macrovoce C
8	1	D – gestione attività progettuali	CDO Opere Sociali	Fascia B	dipendente	Macrovoce C
	21	D – gestione attività progettuali	CDO Opere Sociali	Fascia C	Collaboratore esterno	Macrovoce C
9	1	D – gestione attività progettuali	UNPLI Lazio	Fascia B	dipendente	Macrovoce C
	2	D – gestione attività progettuali	UNPLI Lazio	Fascia C	Collaboratore esterno	Macrovoce C
10	1	D – gestione attività progettuali	La Strada	Fascia B	dipendente	Macrovoce C
11	21	D – gestione attività progettuali	La Strada	Fascia C	Collaboratore esterno	Macrovoce C

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

(2) Livello di inquadramento professionale: specificare per gruppi uniformi le fasce di livello professionale così come previsto nella "Sez. B – Spese relative alle risorse umane" della Circ. 2/2009, applicandole per analogia anche riguardo al personale dipendente (vedi nota n° 3 sotto riportata).

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

7b. Volontari

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta (e) (1)	Ente di appartenenza	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello E)
1	42	B - Fasi 2 e 6	Anteas	D8 - assicurazione
2	42	C - Fasi 4 e 8	Anteas	D8- assicurazione
3	420	B - Fasi 4, 8, 11	Anteas	D8- assicurazione

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

8 – Collaborazioni

Descrivere eventuali collaborazioni con soggetti pubblici o privati operanti (cfr. paragrafo 6 dell'Avviso 1/2018), le modalità di collaborazione e le attività che verranno svolte in collaborazione nonché le finalità delle collaborazioni stesse. In caso di collaborazioni, dovrà essere allegata al presente modello la documentazione prevista al paragrafo 6 dell'Avviso.

Il progetto #TAG prevede la collaborazione in forma gratuita di **3** soggetti.

1 - CISL - Confederazione Italiana Sindacato Lavoratori

Con oltre sessant'anni di storia e più di 4 milioni e mezzo di iscritti, la Cisl è uno dei più rappresentativi sindacati confederali del nostro Paese. Oggi impegnato nella realizzazione di un nuovo modello di sindacato responsabile, partecipativo, popolare che risponda alla sfida della competitività e dello sviluppo, Cisl si impegnerà nel progetto #TAG attraverso: la promozione e diffusione del progetto tramite i propri canali e strumenti di comunicazione; supportando l'implementazione della Banca Dati delle Storie suggerendo testimonianze di lavoro; nella realizzazione della Botteghe del Fare e del Sapere, segnatamente agevolando l'identificazione di testimoni over 65; infine, con un supporto nella logistica degli incontri.

<https://www.cisl.it/>

2 - Consorzio del Parmigiano Reggiano

È l'Ente che dall'inizio del secolo scorso raccoglie e tutela i produttori della celeberrima DOP e che si contraddistingue, da anni, per una politica di valorizzazione del territorio e delle autentiche modalità di produzione. Nell'ambito di #TAG, il Consorzio sarà coinvolto nella comunicazione, promozione e diffusione del progetto attraverso i propri canali di comunicazione, nella implementazione della Banca Dati delle Storie e, infine, nella realizzazione della prima release delle Botteghe del Fare e del Sapere, segnatamente supportando, per l'Emilia Romagna, l'identificazione di testimoni del fare nel target over 65 nell'Emilia Romagna e quindi mettendo a disposizione apposita location per gli incontri.

<https://www.parmigiano-reggiano.it/>

3 - L'HUB srl

Nato da un'idea di Barbara Zucchi Frua, L'HUB è un innovativo laboratorio dedicato al cucito che, nel cuore di Milano, custodisce e valorizza le tradizioni dell'artigianato tessile lombardo. L'HUB organizza corsi e appuntamenti formativi, sviluppando percorsi nel senso del learning by doing. Nell'ambito di #TAG, L'HUB sarà coinvolto nella comunicazione, promozione e diffusione del progetto attraverso i propri canali di comunicazione, nella implementazione della Banca Dati delle Storie e, ancora, nella realizzazione della prima release delle Botteghe del Fare e del Sapere, segnatamente supportando, per la Lombardia, l'identificazione di testimoni del fare nel target over 65 e quindi mettendo a disposizione il proprio laboratorio e la propria expertise per gli incontri.

<http://www.l-hub.it/>

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

Specificare quali attività come descritte al punto 3 devono essere affidate in tutto o in parte a soggetti terzi delegati (definiti come al punto 4.2 della citata Circ. 2/2009), evidenziando le caratteristiche del delegato. Non sono affidabili a delegati le attività di direzione, coordinamento e gestione (segreteria organizzativa). È necessario esplicitare adeguatamente i contenuti delle deleghe con riferimento alle specifiche attività o fasi.

Il progetto #TAG prevede la delega a soggetti terzi in riferimento a **2** attività.

1) Fase 10/Exhibit - X23 srl

X23 è un centro di ricerca europeo privato e indipendente, fondato nel 2006 dalla fusione di due lab sperimentali nati in Italia sul finire degli anni '90 (Xóð|Lab, The Twenty-three). Registrato all'Anagrafe Ricerca MIUR e nel Registro Trasparenza di Commissione e Parlamento EU, X23 applica tecnologie esponenziali – fisiche, digitali — modelli di business ed organizzazione complessi, fondendoli in progetti altamente disruptivi. Opera su scala globale in verticals diversificati: dall'ICT ai sistemi data-driven, dai cyber-physical systems all'internet degli oggetti, nella Space economy e su processi ad alto benefit per l'ecosistema.

In stretto coordinamento con il Capofila, X23 ha la delega a progettare il modello di Exhibit itinerante, definendone strumenti e performandone i contenuti, anche attraverso un rilascio graduale sui territori, fino alla consegna della release definitiva, a fine progetto.

<https://x-23.org/>

2) Valutazione ex post - MoCa impresa sociale

Richiedendo specifiche competenze non presenti all'interno del partenariato, la valutazione ex post del progetto #TAG verrà affidata a MoCa "Future Designers".

Si tratta di un'impresa sociale, giovane e multidisciplinare, spin off dell'**Università degli Studi di Firenze**, che offre servizi avanzati di consulenza alle organizzazioni che operano nel settore socio-educativo-culturale.

MoCa, nello specifico, è una realtà espressamente specializzata in sistemi di monitoraggio, valutazione, auto-valutazione (competenze e prestazioni) e sistemi di valutazione di impatto.

www.mocafuture.com

10. Sistemi di valutazione

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

Obiettivo specifico	Attività	Tipologia strumenti
Raccolta testimonianze del saper fare manuale	Segnalazione spontanea delle testimonianze e dei testimoni over 65 sui vari ambiti regionali.	Attivazione account dedicato di posta elettronica per segnalazioni. Raccolta dati di contatto e utilizzo e report statistico.
Banca Dati delle Storie	Consultazione del Data Base da parte di utenti esterni.	Somministrazione di questionari di gradimento. Elaborazione dei risultati.
Botteghe del Fare e del Sapere	Svolgimento scambio intergenerazionale presso le botteghe	Distribuzione di comment cards e successiva elaborazione.
Contest "Dire, Fare, Tramandare"	Coinvolgimento pubblico indiretto tramite web voting	Verifica del numero e tipologia dei contatti
Coinvolgimento volontari	Azioni di accompagnamento per l'organizzazione delle Botteghe	Organizzazione di focus group dedicati.
Exhibit #TAG	Visita della mostra itinerante da parte di utenti esterni	Somministrazione di questionari di gradimento. Elaborazione dei risultati.

11. Attività di comunicazione

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

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia
Comunicazione tramite Partner e Collaboratori	Siti web dei partner e dei soggetti collaboratori, profili social e newsletter	Promozione costante del progetto attraverso tutti i canali di comunicazione interni, incrementando il pubblico indiretto del progetto e raggiungendo tutti gli stakeholder.	Si prevede un monitoraggio settimanale delle uscite nonché una continuativa attività di rassegna stampa, sul canale tradizionale e web, con produzione di report.
Realizzazione Profilo Facebook dedicato #TAG	Attivazione di una pagina social espressamente dedicata al progetto.	Si prevede una crescita di followers fino ad un minimo di 5000 like .	Verifica costante dell'incremento di followers.

Raccolta e diffusione Tutorial #TAG	Attivazione di un canale youtube dedicato ai videotutorial realizzati durante le Botteghe del fare e del sapere	Amplificare i contenuti del progetto attraverso logiche peer to peer	Verifica del numero e della tipologia dei contatti
-------------------------------------	---	--	--

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

(Luogo e data)

Il Legale Rappresentante
(Timbro e firma)

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

Progetto:	#TAG – Territori e Alleanza Generazionale
Ente Proponente :	ANTEAS SERVIZI
In partenariato con:	CdO Opere Sociali - ODV La Strada - ANCOS - UNPLI Lazio

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

Codice di Spesa	Descrizione Voce di Spesa	Importi	% su totale
A	Progettazione	€ 25.000,00	2,10%
B	Promozione, informazione, sensibilizzazione	€ 142.500,00	12,00%
C	Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto (max 10% del totale progetto)	€ 59.000,00	4,97%
D	Funzionamento e gestione del progetto	€ 804.450,00	67,73%
E	Affidamento attività a soggetti esterni delegati (max 30% del totale progetto)	€ 97.600,00	8,22%
F	Altre voci di costo	€ -00	0,00%
TOTALE SPESE DIRETTE DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F)		€ 1.128.550,00	
G	Spese generali di funzionamento (max 10% totale progetto)	€ 59.250,00	4,99%
TOTALE PROGETTO (A+B+C+D+E+F+G)		€ 1.187.800,00	
<i>di cui progettazione totale (A.1+ E.1) max 5% del totale progetto *</i>		<i>€ 25.000,00</i>	<i>2,10%</i>
% di cofinanziamento a carico Ente/i		25,00%	
TOTALE IMPORTO DEL COFINANZIAMENTO DELL'ENTE PROPONENTE		€ 296.950,00	
TOTALE IMPORTO DEL FINANZIAMENTO CONCESSO		€ 890.850,00	75,00%

(Luogo e data)

Il Legale Rappresentante

(Timbro e firma)

Finanziato con Fondo per il finanziamento di progetti e attività di interesse generale nel terzo settore		Tra i soggetti attuatori sono previste fondazioni? Inserire nella casella a fianco SI/NO
Progetto:	#TAG – Territori e Alleanza Generazionale	
Ente Proponente :	ANTEAS SERVIZI	
In partenariato con:	CdO Opere Sociali - ODV La Strada - ANCOS - UNPLI Lazio	

Allegato E - SEZIONE 2 - PIANO FINANZIARIO: Dettaglio delle Macrovoce di Spesa

Cod Macrovoce	Cod Dettaglio Spesa	Descrizione Voce di Costo	Importi
A		Progettazione	
	A.1	Risorse Umane (N.B.: A.1+E.1 max 5% del totale progetto)	€ 25.000,00
A		Totale spese Progettazione	25.000,00 €
B		Promozione, informazione, sensibilizzazione	
	B.1	Risorse Umane	€ 85.000,00
	B.2	Acquisto beni e servizi strumentali ed accessori	€ 57.500,00
B		Totale spese Promozione, informazione, sensibilizzazione	€ 142.500,00
C		Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto (max 10% del totale progetto)	
	C.1	Risorse Umane	€ 59.000,00
	C.2	Acquisto beni e servizi strumentali ed accessori	€ -00
C		Totale spese Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto	€ 59.000,00
D		Funzionamento e gestione del progetto	
	D.1	Risorse Umane	€ 502.000,00
	D.2	Acquisto beni e servizi strumentali ed accessori	€ 167.350,00
	D.3	Attrezzature (acquisto, noleggio, ammortamenti)	€ 5.000,00
	D.4	Materiale didattico	€ 7.000,00
	D.5	Fideiussione	€ 10.000,00
	D.6	Spese di viaggio, vitto e alloggio risorse umane	€ 46.900,00

	D.7	Spese di viaggio, vitto e alloggio destinatari	€ 56.200,00
	D.8	Assicurazione volontari per responsabilità civile verso terzi ,contro infortuni e malattie connesse all'attività svolta nel progetto/iniziati	€ 5.000,00
	D.9	Assicurazione destinatari	€ 5.000,00
D		Totale spese Funzionamento e gestione del progetto	€ 804.450,00
E		Affidamento attività a soggetti esterni delegati (max 30% del totale progetto)	
	E.1	Progettazione (N.B.: A.1+E.1 max 5% del totale progetto)	€ -00
	E.2	Formazione	€ -00
	E.3	Ricerca	€ 24.400,00
	E.4	Altro	€ 73.200,00
E		Totale spese affidamento attività a soggetti esterni delegati	€ 97.600,00
F		Altre voci di costo (solo per voci non già elencate nel piano e da dettagliare ANALITICAMENTE)	
	F.1	€ -00
	F.2	€ -00
	F.3	€ -00
F		Totale spese per altre voci di costo	€ -00
TOTALE SPESE DIRETTE DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F)			€ 1.128.550,00
G		Spese generali di funzionamento (max 10% del totale di progetto)	€ 59.250,00
TOTALE SPESE DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F+G)			€ 1.187.800,00
		<i>di cui Progettazione totale (A.1+E.1) max 5% del totale progetto)</i>	<i>€ 25.000,00</i>
		% di cofinanziamento a carico Ente/i	25,00%
		TOTALE IMPORTO DEL COFINANZIAMENTO DELL'ENTE PROPONENTE	€ 296.950,00
		TOTALE IMPORTO DEL FINANZIAMENTO MINISTERIALE RICHIESTO	€ 890.850,00

Roma

(Luogo e data)

Il Legale Rappresentante

(Timbro e firma)

NB: INSERIRE I DATI DI BUDGET SOLO NELLE CELLE COLORATE