

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.L.- ANNO 2018.

MODELLO D

SCHEDE DI PROGETTO

(Carattere: *Talora* - Dimensione carattere: 10)

1a - Titolo

" All in - Tutti in gioco "

1b - Durata

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

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

2a - Obiettivi generali	2b - Aree prioritarie di intervento
1	2
<p>A. <u>Fonte fine ad ogni forma di povertà [1], [2], [3]</u></p> <p><u>Dovono essere indicati rispettivamente massimo n. 3 obiettivi e aree prioritarie di intervento, graduali in ordine di importanza 1 maggiore - 3 minore</u></p>	<p>a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];</p> <p>b) rafforzare la resilienza dei poveri e di coloro che si trovano in situazioni di vulnerabilità e ridurre la loro esposizione e vulnerabilità [1], [2], [3];</p> <p>c) promuovere attività di recupero delle eccedenze alimentari [1], [2], [3];</p> <p>d) antropare e individuare situazioni di fragilità o di bisogno che possono coinvolgere anche fasce di popolazione particolarmente esposte (ad esempio: minori, anziani soli, persone non autonome in situazioni di precarietà economica, ecc.) [1], [2], [3];</p> <p>e) realizzare azioni di responsabilizzazione e di coinvolgimento attivo dei beneficiari finali (mettere generativo), al fine di aumentare il rendimento degli interventi attuati</p>

Gli obiettivi individuali dell'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e (http://eur-lex.europa.eu/legal-content/it/TXT/?uri=CELEX:32016L0661) i progetti e i risultati 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.

23/10/2018 n. 1/2018.

C. Salute e benessere: assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età [1], [2], [3]

building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli emi del Terzo settore [1], [2], [3].

a) della cultura del sviluppo volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];
b) sostegno all'inclusione sociale, in particolare delle persone con disabilità e non autosufficienti; [1], [2], [3] contrasto delle dipendenze, ivi inclusa la ludopatia [1], [2], [3];

d) contrasto delle condizioni di fragilità e);

e) prevenzione e

di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1], [2], [3];

e) contrasto alle sostanze involontarie spede nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1], [2], [3];

f) sviluppo e promozione di programmi e/o attività di educazione alimentare [1], [2], [3];

g) promozione e sviluppo della cultura della salute e della prevenzione, anche con riferimento al tema degli incidenti stradali [1], [2], [3];

h) sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disagiate o diseglate [1], [2], [3];

i) promozione dell'attività sportiva [1], [2], [3];

j) rafforzamento della prevenzione dell'uso di sostanze stupefacenti e del consumo nocivo di alcol, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];

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];

l) sviluppo delle reti associative del Terzo settore o rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli emi del Terzo settore [1], [2], [3].

a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];

b) promozione della partecipazione e del protagonismo dei minori e dei giovani, perché diventino agenti del cambiamento [1], [2], [3];

c) promozione e sviluppo dell'integrazione sociale e dell'educazione inclusiva [1], [2], [3];

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];
e) promozione e sviluppo di azioni volte ai bisogni dell'infanzia, alle disabilità e alle pari di genere ambienti dedicati all'apprendimento che siano sicuri, non violenti e inclusivi per tutti [1], [2], [3];

f) prevenzione e contrasto delle dipendenze, ivi inclusa la ludopatia [1], [2], [3].

**D. Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, opportunità di apprendimento
permanente per tutti [1], [2], [3]**

<p>E. Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autonomia e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze [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>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>c) 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 formative 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>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 tecniche 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>c) sviluppo, miglioramento e ottimizzazione delle nische 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>a) promozione della legalità e della sicurezza sociale nei rapporti di lavoro;</p> <p>b) diffusione delle buone pratiche anche al fine dell'innescamento delle aziende agricole in reti di qualità [1], [2], [3];</p> <p>c) 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. Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie [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>	

g) potenziamento delle attività di tutela ed informazione ai lavoratori [11], [2], [3];
 q) 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];
 h) organizzazione di servizi di distribuzione gratuita di acqua e vivrai di prima necessità per lavoratori stagionali [1], [2], [3];
 i) attivazione di sportelli informativi attraverso unità mobili provviste di operatori quali mediatori culturali, psicologi e personale competente [1], [2], [3];
 j) situazione di corsi di lingua italiana e di formazione lavoro per i periodi successivi all'instaurazione del rapporto di lavoro agricolo [1], [2], [3];
 k) promuovere la cultura della responsabilità sociale e di comunità [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].

H. Ridurre le inuguaglianze [1], [2], [3]

a) sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani [1], [2], [3];
 b) promozione della legalità e della sicurezza sociale nei rapporti di lavoro [1], [2], [3];
 c) 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];
 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];
 e) sostegno scolastico ai di fuori dell'orario scolastico ed extra-scolastico (attività sportiva, musical, studio, ecc.) [1], [2], [3];
 f) contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persone al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale [1], [2], [3];
 g) contrasto alle situazioni avanzate specie nella popolazione anziana attraverso iniziative e percorsi di coinvolgimento attivo e partecipato [1], [2], [3];
 h) sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disagiate 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 quartiere [1], [2], [3];
 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];
 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];
 k) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento delle loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto

H. Ridurre le inuguaglianze [1], [2], [3]

<p>1. Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili [1], [2], [3]</p>	<p>agli enti del Terzo settore [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) 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 presentarsi e una risorsa (ad esempio rigenerando spazi già esistenti o pensando di nuovi) [1], [2], [3].</p> <p>c) sostegno all'inclusione sociale, in particolare delle persone con disabilità e non autosufficienti [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 partecipativo [1], [2], [3].</p> <p>f) sviluppo e promozione dello sport come strumento di aggregazione e crescita sociale [1], [2], [3].</p> <p>g) sviluppo e rafforzamento del rapporto intergenerazionale per la trasmissione relazionale dei saperi [1], [2], [3].</p> <p>h) sviluppo e rafforzamento dei legami sociali, da promuovere all'interno di aree urbane o extraurbane disagiate 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].</p> <p>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 coniferati alla criminalità organizzata [1], [2], [3].</p> <p>j) promozione e sviluppo dell'economia circolare [1], [2], [3].</p> <p>k) sviluppo e promozione del turismo sociale e accessibile [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>2. 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].</p> <p>b) promozione e accompagnamento verso acquisti a maggiore sostenibilità e responsabilità [1], [2], [3].</p> <p>c) promozione e sviluppo dell'economia circolare [1], [2], [3].</p> <p>d) promozione dell'uso consapevole della risorsa idrica [1], [2], [3].</p> <p>e) supporto al corretto riutilizzo, riciclo, conferimento dei beni a fine vita [1], [2], [3].</p> <p>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</p>

	<p>creazione di community e network [1], [2], [3];</p> <p>h) sensibilizzazione e promozione nei cittadini/consumatori verso comportamenti di riduzione dello spreco, riducendo le eccedenze alimentari per favorire l'accesso al cibo da parte delle persone in condizione di povertà e promuovere 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'alerta 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- Linea di attività ³

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 educative;
- 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 pertinenza 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 prevede 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. 105;

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 n. 53, e i gruppi di acquisto solidale di cui all'articolo 1, comma 256, 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)

Il progetto ha rilievo nazionale e copre 21 tra regioni e province autonome, con particolare attenzione e capillarità nelle regioni del Centro-Sud, che presentano una maggiore incidenza dei fenomeni della ludopatia e più diffusi profili di rischio tra la popolazione. Le attività in presenza e le manifestazioni pubbliche organizzate dal progetto si svolgeranno con la seguente modalità e copertura geografica:

- 40 eventi di Flash Mob in 11 regioni/province: 1 in Lombardia, Emilia Romagna, in Abruzzo, 2 nel Lazio, 1 in Campania, 1 in Puglia, 9 in Sicilia, 1 in Umbria, Piemonte, 1 in Veneto, 1 in Toscana;

- 20 eventi in piazza fiera/scuola/manifestazione pubblica, con il Tour Itinerante del "Comedian Bus" (struttura mobile multimediale informativa e di sensibilizzazione) in altre 10 regioni/province.

3.2. Ides a fondamento della proposta progettuale

Sulle basi delle raccomandazioni e linee di intervento emerse in numerosi studi a livello accademico ed istituzionale, il presente progetto intende realizzare una serie di azioni, di elevato impatto qualitativo e quantitativo, finalizzate alla prevenzione e al contrasto del fenomeno della ludopatia e delle altre forme di disagio ad

essa correlate, tramite specifici strumenti ed iniziative, volte ad un'ampia comunicazione sociale diretta al pubblico generale e ai giovani (dal 15 ai 25 anni in particolare).

La campagna si svolgerà mediante un Tour itinerante (Comiclan BUS), una serie di Flash Mob organizzati in piazza o presso fiere, università e scuole, una serie di incontri con i giovani e una conferenza spettacolo finale. Sarà incentrata sui seguenti cardini:

- sensibilizzare alla fallacia dell'affidarsi a giochi di sorte e alle scarse possibilità effettive di arricchirsi giocando (evidenza e dimostrazione statistica), oltre che alle gravi conseguenze del gioco compulsivo (testimonianze e storie di vita);

- incoraggiare all'atteggiamento proattivo, all'autodeterminazione nel progetto di vita, alla ricerca di emozioni attraverso sfide "sane" come i giochi di abilità, lo sport e la socialità, in opposizione al gioco passivo (es. la slot machine, il "gratta e vinci") ed all'esclusione, marginalità e all'esclusione che esso determina. Testimonial della campagna saranno, grazie alle partnership attivate dal progetto, i vincitori di medaglia d'oro olimpica che aderiscono all'Associazione OPEB e social influencer, artisti conosciuti di Conventus Cabaret (molto conosciuti tra i giovani per avere partecipato a varie trasmissioni comiche nazionali Made in Sud, Eccezionale veramente, Zelig ecc.) che collaborano da diversi anni con l'Associazione Terra Nostra.

- Offrire supporto ed orientamento sia alle persone affette da ludopatia o a rischio, che ai loro familiari, tramite attività di ascolto e indirizzamento ai competenti servizi socio-sanitari attivi sul territorio;

- Approfondire con uno studio demoscopico l'atteggiamento dei giovanissimi rispetto al gioco d'azzardo, anche online, per cogliere gli elementi emergenti e caratterizzare culturale ed i modelli comportamentali che influenzano e rafforzano la motivazione dei giovani al gioco, in modo da trarre elementi utili a guidare le attività educative non solo del progetto, ma anche degli attori del processo educativo formale ed informale;

- Realizzare un approccio multi-stakeholder al problema. Essenziale è il coinvolgimento sul territorio dei principali attori impegnati sul tema (enti, istituzioni, società civile) al fine di condividere strategie e sviluppare e realizzare iniziative iniziali e attività.

L'idea è di attivare modalità di comunicazione innovative ed accattivanti, di elevato impatto emotivo, sia basate sulla partecipazione individuale (la visita esperienziale allo stand e il contatto con gli operatori specializzati che lo presenziano, la helpline, il sondaggio) che su quella collettiva (i Flash mob e gli incontri, la conferenza-spettacolo), accostando modelli positivi di approccio al gioco, con la necessaria diffusione di consapevolezza sul fenomeno e sui rischi ad esso correlati.

Il progetto, inoltre, promuovendo l'attività sportiva e i suoi ideali di correttezza, lealtà, sacrificio, trasparenza e rispetto delle regole del gioco, intende offrire ai giovani degli strumenti utilissimi per sviluppare una maggiore capacità di fronteggiare le difficoltà della vita, offrendo l'esempio più evidente di correlazione tra impegno e risultato e collegandolo ai valori morali, alla condivisione e alla socialità, agli aspetti ludici ed emozionali che il "gioco" sportivo ricca con sé.

3.3. Descrizione del contesto

L'Italia è il mercato europeo più importante nel settore del gioco: 95 miliardi di euro nel 2016 è il fatturato del solo mercato legale (pari al 4,4% del PIL nazionale) con un incremento del 7% sull'anno precedente ed una tendenza duratura alla crescita: un settore che ha raddoppiato il suo volume di affari in soli 9 anni. Sono oltre 1 milione le persone dipendenti dal gioco e quasi 2 milioni i giocatori a rischio, ovvero coloro che investono somme importanti in relazione al proprio tenore di vita e che giocano molto assiduamente, pur non essendo giocatori compulsivi.

La lunga e profonda crisi economica ha deteriorato il potere d'acquisto delle famiglie e determinato situazioni diffuse di povertà e disagio sociale, alle quali un forte aumento della tendenza ad "arruolarsi alla sorte" ha visto associarsi l'abitudine al gioco assiduo, quando non patologico. Molti individui e famiglie che non dispongono più di risorse sufficienti alla conduzione di una vita dignitosa, hanno cercato nel gioco, anche d'azzardo, un rifugio ed una "chance" di riscatto, cadendo facilmente in un circolo vizioso di dipendenza e progressiva, ulteriore impoverimento e sovraindebitamento.

3.4. Esigenze e bisogni individuali e riaveri

In questo contesto, i giovani e giovanissimi giocatori rappresentano una categoria a rischio potenzialmente molto elevato, più delle altre esposte al richiamo del gioco illegale, ove il limite di età li escluda dal gioco legale. Ciò anche in relazione ai ridursi delle aspettative di realizzazione professionale, stante il persistere della grave disoccupazione giovanile: chi si percepisce "senza futuro" può essere facilmente spinto a tentare la sorte, alla ricerca di una soluzione alternativa per propria sussistenza. Questi fenomeni non possono che suscitare riflessioni importanti sulle gravi conseguenze sociali che una insufficiente attività di sensibilizzazione ed educazione al gioco responsabile può determinare, anche in considerazione del consistente ampliamento dell'offerta di giochi e dei canali di accesso, inclusi i pc e gli smartphone, che offrono gioco online h24, eliminando finanche le barriere fisiche all'accanimento. Si intensificano costantemente infine le campagne pubblicitarie aventi ad oggetto giochi, lotterie e scommesse.

Le regioni del Centro-Sud presentano più elevata incidenza, rispetto alla media nazionale, della disoccupazione e della sottoccupazione, come anche dell'infiltrazione nel tessuto sociale da parte di organizzazioni criminali, soprattutto a carattere organizzato, che prosperano anche sul gioco d'azzardo (sia legale che illegale) e sul connesso fenomeno dell'usura (il 10% dei giocatori patologici è vittima di usura e un altro 10% commette piccoli furti anche in famiglia per procurarsi denaro).

3.5. Valutazione di impatto

a) **Prewista** [%] - [No] - per coloro che hanno risposto Si 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:

L'approccio valutativo proposto appartiene alla famiglia dei disegni valutativi partecipativi e dei disegni probabilistici. Il primo modello proposto prevede la misurazione della percezione sul miglioramento dei servizi rivolti ai beneficiari del progetto e alle loro famiglie oggetto di intervento secondo un approccio contrattuale. La metodologia prevede l'individuazione di indicatori legati al concetto di miglioramento del sistema di prevenzione e cura della ludopatia. Ad ogni indicatore sarà attribuito un peso differente (attraverso una Delphi somministrata a esperti territoriali) tenendo conto della rilevanza rispetto ai fabbisogni locali e rispetto al concetto stesso di miglioramento dei servizi di prevenzione (Qualità e Quantità). La metodologia sarà applicata durante il progetto, (fattuale e contrattuale) e a due anni dalla conclusione del progetto. I tavoli stakeholders per i patti territoriali coinvolgeranno destinatari privilegiati e attraverso la tecnica NGT sarà rilevata la loro percezione sul miglioramento/peggioramento della qualità su ogni indicatore individuato. In particolare tali percezioni verranno messe in relazione con l'obiettivo specifico. L'impatto sociale sarà analizzato rispetto a due ulteriori indicatori: 1. consolidamento e ampliamento a due anni dall'intervento di una continuità e qualità della prevenzione; 2. rilevazione su un campione di beneficiari del progetto che hanno partecipato alle attività di più indicatori legati agli effetti del progetto e su un campione contrattuale, per testare (Modello Probit) se esiste causalità tra le attività e gli outcome. Attività: Strutturazione del disegno di valutazione all'avvio del progetto; Osservazione delle attività propedeutiche alla raccolta dei dati di natura secondaria e primaria; Analisi dei dati; Il giudizio, volto a concretizzare osservazioni e raccomandazioni sugli impatti e sulle possibili soluzioni per migliorare l'efficacia; Divulgazione

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

A) Innovative aspects:

- al contesto territoriale
 alla tipologia dell'intervento
 alle attività dell'ente proponente (o partners o collaborazioni, se previste).

B) pilots 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) o che allo stesso tempo creano nuove relazioni e nuove collaborazioni accrescendo le possibilità di azione per le stesse comunità di riferimento.
 Specificare le caratteristiche:

La metodologia è basata su un mix di approcci comunicativi per quanto riguarda la conduzione della campagna di sensibilizzazione e prevenzione:

- Un approccio emozionale, che si basa sulla forza evocativa delle testimonianze, sia positive che negative, sui principi della peer education e sull'uso di testimoniali; questo approccio è usato nel Tour itinerante con il Comedian Bus, con i Flash Mob, gli incontri con i giovani e la diffusione dei video educativi;
- un approccio razionale, basato sulla dimostrazione matematica del carattere illusorio della vincita al gioco come possibilità di risoluzione dei problemi, sull'evidenza dell'impatto negativa a livello sociale ed economico della ludopatia, sulle maggiori possibilità di trovare valide soluzioni di realizzazione personale, con l'impegno e con la razionalità. Questo approccio è applicato negli incontri con i giovani, nei contenuti della brochure e delle pagine web.
- Un altro importante aspetto metodologico è la costruzione di una rete di collaborazione territoriale che mette in sinergia le istituzioni locali impegnate nelle politiche di prevenzione e di contrasto, i servizi socio-assistenziali, le organizzazioni attive nell'assistenza individuale delle persone con disagio e le varie comunità educanti (scuole, università, parrocchie, centri sportivi, circoli ricreativi), facendo sì che gli sforzi convergano e siano improntati ad una comune strategia. I patti territoriali presentano alcune caratteristiche distinte. Innanzitutto, sono in grado di socializzare risorse e contributi per dare risposta a bisogni di natura sociale. In secondo luogo, i patti territoriali saranno in grado di produrre capitale sociale, inteso come rete di relazioni, norme e fiducia tra soggetti, attraverso il loro attivo coinvolgimento nella produzione di servizi di welfare.

Attraverso i patti territoriali, inoltre, si produce innovazione sociale, ovvero "nuove idee (prodotti, servizi e modelli) che al contempo soddisfano bisogni sociali e creano nuove relazioni sociali e rapporti di collaborazione.

In altre parole, si tratta di innovazioni sia che hanno un ritorno positivo per la società sia che sono in grado di rinforzare la capacità di azione della società" (Murray et al., 2010). Infine, i patti territoriali sono per loro natura "generativi": generano cioè al contempo sia valore economico e sociale, che di tipo culturale e ambientale, ovvero quegli elementi di valore che permettono, a loro volta, di dare una spinta (meccanismo generativo) verso nuovi percorsi di innovazione.

- Chat on line con il servizio di ascolto ed assistenza individuale
- Chat Bot: strumento di assistenza online. In modalità self service che, attraverso delle domande/risposte pre caricate permetterà di fornire una risposta immediata agli interrogativi più frequenti dei cittadini.
- utilizzo di Programmi e Piattaforme nuove (Google For Non Profits)

- Aggregatore di FEED RSS (News Feed): permetterà il costante aggiornamento automatico ogni 60 minuti del contenuto sul sito dedicato, secondo argomenti e chiavi pre impostate sulla tematica di riferimento.

4- Risultati attesi (Massimo due pagine)

Con riferimento agli obiettivi descritti al precedente paragrafo, indicare:

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

Destinatari degli interventi (specificare)	Numero	Modalità di individuazione
Giovani - 15-25 anni	910.000	<ul style="list-style-type: none"> - Attivazione di pagine social a target giovanile, portali dedicati a scuola e università giovani - Lanciandine espone in scuole e università - Stand del Tour itinerante in piazza, nelle fiere, nelle scuole e nelle università - Attività di ascolto e orientamento individuali (Helpline) - Attività di sondaggio (Internet)
Pubblico generale	320.000	<ul style="list-style-type: none"> - Eventi pubblici del progetto (Tour Mercante, incontri e Flash mob) campagna di comunicazione del progetto mediante il sito web del progetto e i siti web, le pubblicazioni e le tele degli associati dei proponenti - campagna mediatica (sia estate tradizionale cartacee/TV (Radio che online) - campagne locali attivate dalle sedi territoriali dei proponenti - associazioni e enti locali aderenti esterni al progetto mediante i loro canali comunicativi e la rete degli associati (telegiornali multiplettori)
Giocatori assidui e compulsivi e loro familiari	800	<p>Eventi pubblici in piazza e comunicazione mediatica, associazioni attive sul territorio che offrono assistenza alle persone con disagio, parrocchie ecc. Attività di promozione della Helpline</p>
Scuole e Università, ass. sportive e altre comunità educanti	40	<p>Invio di lettere ed inviti a partecipare con testimonianze anche di loro progetti/iniziative/campagne & materiali educativi (tecniche promozione)</p> <ul style="list-style-type: none"> - organizzazione di incontri con i giovani e Flash Mob nelle loro sedi - offerta di materiali e risorse didattiche, testimonial per incontri con i ragazzi
Stakeholders - istituzionali e non, nazionali, regionali e locali	600	<p>Invito (lettera di proposta di collaborazione) a promuovere il progetto ed a promuovere i loro servizi/attività/politiche di intervento, negli eventi del progetto</p> <ul style="list-style-type: none"> - servizi territoriali a carattere socio-sanitario - competenti assessorati comunali, regionali e provinciali - associazioni e fondazioni, parrocchie, centri di aggregazione, imprese
Assistenti sociali/psicoterapeuti centri per dipendenze	80	<ul style="list-style-type: none"> - Lettera di proposta di collaborazione e sinergia con le attività progettuali, rivolta alle rispettive associazioni professionali; messa a disposizione dei materiali e delle risorse online del progetto, invito ad eventi come relatori.

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

I giovani e giovanissimi che si affacciano alla vita fuori della famiglia senza certezze di un futuro stabile e senza chiare risorse per avviare un progetto di vita, possono trovare nelle attività progettuali preziosi spunti di riflessione sul giusto approccio alle difficoltà ed alle sfide del lavoro e dell'inserimento sociale: verrà loro testimoniata ed ampiamente illustrato il valore del cercare dentro se stessi la forza per avviare il proprio percorso di autonomia e il "coraggio della quotidianità", rifuggendo le tentazioni di cercare nella vincita al gioco la soluzione facile ai problemi di sussistenza, come a quelli di costruzione identitaria e di affermazione personale.

Tutto l'insieme dei messaggi veicolati in varie forme dalla campagna informativa ed educativa tenderà a mostrare le vie alternative di approccio ai problemi, l'esito infuocato di un percorso di progressivo affidamento della propria vita alle sorte (il percorso che porta alla ludopatia e successivamente all'emarginazione sociale e effettiva) e l'esito positivo di un percorso, oiposto, di paziente costruzione dei rapporti, delle competenze, della capacità di cogliere opportunità e di mettersi in gioco, sfidando se stessi e i propri limiti (che porta a conseguire risultati forse meno eclatanti ma sicuramente più sostenibili e più inclusivi). Ai giovani verrà anche illustrato il valore dello spirito sportivo e la valida applicazione dei principi di base dell'atteggiamento sportivo a tutti i contesti di vita (lavoro, rapporti sociali, problemi di salute, difficoltà economiche ecc.).

Il pubblico generale verrà sensibilizzato all'esistenza del fenomeno della ludopatia: molte persone che non si sono mai rese conto della sua incisività e gravità, potranno sviluppare un atteggiamento più consapevole ed una maggiore sensibilità verso i sintomi di disagio tipici ed esso associati, acquisendo la capacità di riconoscere e segnalare un caso a rischio" ai familiari o agli amici della persona interessata, per eventualmente attivare catene di aiuto. Potranno inoltre contribuire alla crescita di una coscienza collettiva che stigmatizza il gioco illegale, presta particolare attenzione alla protezione dei minori, veicola messaggi di responsabilità e non alimenta l'attribuzione di valore incondizionato all'idea della vincita che "risolve" i problemi di una vita. Inoltre, la campagna veicolerà al pubblico la consapevolezza della reale scarsa probabilità statistica di una vincita ingente, mostrando come le piccole vincite siano strumento di induzione ulteriore al gioco e mai una reale opportunità di guadagno: con l'ausilio di modelli divulgativi basati sulla matematica e sulla statistica, il pubblico comprenderà l'inganno sottostante alla falsa credenza che "più si gioca, più probabilità si hanno di vincere" e il valore del gioco nell'immaginario collettivo potrà tornare ad essere quello di un passatempo divertente, cui dedicarsi con grande moderazione.

Nelle aree con più elevata incidenza del disagio socio-economico, fra cui segnatamente le regioni del Mezzogiorno e le zone rurali, la campagna del progetto punterà modelli di comportamento e sistemi valoriali meno favorevoli all'irritazione nel tessuto sociale da parte di organizzazioni criminali, contribuendo a combattere le sottoculture che tipicamente si radicano meglio dove c'è povertà e basso livello culturale (la superstizione, la tendenza ad affidarsi al fato, l'indulgenza verso la malavita che in qualche modo alimenta il sistema economico locale); il progetto veicola un modello di interpretazione della realtà e di risposta individuale ai problemi sociali, basati su agenti di socializzazione e contrasto alla devianza come la pratica sportiva e la cittadinanza attiva. Il ricorso al sostegno istituzionale e la solidarietà. In questo modo, si favorisce la percezione di alternative possibili al percorso di emarginazione inesorabile che chi si percepisce privo di speranza e di prospettive può intraprendere iniziando a giocare d'azzardo.

Ai giocatori assai e ai giocatori compulsivi, il progetto può offrire occasioni di riflessione ed autanalisi, maturazione della consapevolezza di avere un disagio da affrontare, ma anche sostegno ed orientamento nella richiesta di aiuto e nell'eccesso ai servizi territoriali competenti e ai centri specializzati nelle dipendenze; analogamente, ai loro familiari ed amici che vengono in contatto con le attività e le expertise del progetto, saranno trasmesse capacità di interpretazione della situazione ed incoraggiamento ad attivare la richiesta di aiuto. Ancora, a chi per finanziare il vizio del gioco si sia trovato nel sovra-indebitamento o sia a rischio di usura, saranno illustrati gli ausili istituzionali di prevenzione ed assistenza (Fondo di Prevenzione del Sovra-Indebitamento ed Usura, che offre ai soggetti non bancari garanzie per l'accesso ad un prestito agevolato garantito dal Fondo di consolidamento dei debiti, finalizzato ad uscire dalla situazione critica, seguito da educazione alla gestione razionale del bilancio familiare).

Ai docenti delle scuole, il progetto offrirà strumenti di comprensione ed analisi dei fattori di rischio e di monitoraggio dei segnali di disagio, utilissimi nella prevenzione e nel precoce trattamento dei casi di ludopatia insorgente fra i minori (che sempre più spesso aggirano il divieto del gioco d'azzardo giocando online con account falsificati o ricorrono al gioco illegale). Il progetto offrirà anche risorse didattiche ed occasioni per sviluppare a scuola attività extracurricolari, orientate alla promozione delle competenze strategiche di gestione dei ragazzi, aiutandoli a conoscere le proprie potenzialità ed a costruire un proprio progetto di vita basato sull'impegno e sulla condivisione.

Agli stakeholders istituzionali e non, il progetto offrirà occasioni per promuovere le loro iniziative e campagne, segnalare buone prassi, attivare sinergie e forme di collaborazione anche nella reciproca promozione, scambiare expertise, valutare possibilità di progetti comuni nel futuro.

3. Risultati concreti (quantificare i dati inerenti a ciascuna azione da un punto di vista qual-quantitativo):

- Maggiore attitudine da parte dei giovani a cercare nel gioco attivo e sportivo, invece che nel gioco d'azzardo, le emozioni e le gratificazioni ed a concentrare gli sforzi su un progetto di vita realistico invece che su una aleatoria possibilità di arricchimento con la vincita;
- Incremento di consapevolezza tra i consumatori e i giovani in particolare sui rischi legati al gioco d'azzardo, sia in termini economici che sociali.
- Incremento di attitudine all'uso consapevole del denaro e alla corretta gestione del bilancio familiare come strumento di prevenzione del rischio di sovra-indebitamento e dissesto finanziario.
- Maggiore assistenza e orientamento a soggetti ludopatici o potenziali dipendenti dal gioco d'azzardo ed ai loro familiari, per l'accesso ai servizi socio-sanitari territoriali ed ai centri per le dipendenze.
- Incremento di conoscenza del pubblico in generale alle strutture socio-sanitarie pubbliche sul territorio in grado di assistere gli utenti sulle diverse forme di patologia o disagio e creazione di un database consultabile online per regione, provincia e comune.
- Maggiore collaborazione tra gli stakeholders con attivazione di iniziative sinergiche di contrasto e prevenzione della ludopatia nonché di promozione al gioco responsabile e all'uso consapevole del denaro.

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

Il progetto è un modello di intervento (best practice) creato da adkonsum. Visto la validità dell'intervento si è deciso di riprodurlo ed applicarlo all'intero territorio nazionale, coinvolgendo le sedi territoriali e gli operatori delle associazioni proponenti ma anche mediante l'attivazione di iniziative congiunte e sinergiche con i soggetti attivi sul tema che saranno contattati e coinvolti. Gli stessi strumenti e materiali prodotti sono potenzialmente riproducibili in versioni diverse, dedicate ad altri target specifici.

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.

Il progetto prevede le seguenti attività:

A.1- PREDISPOSIZIONE CAMPAGNA DI PREVENZIONE

L'iniziativa di sensibilizzazione - che coinvolgerà fattivamente tutte le organizzazioni che aderiscono alla Campagna, sia a livello nazionale sia a livello locale - si propone di decostruire i messaggi illusori delle "vincite facili" e favorire occasioni di incontro e di scambio con istituzioni, reti associative, sindacati, cittadini per contrastare la diffusione del gioco d'azzardo.

Preparazione dei materiali informativi/educativi che saranno utilizzati nella campagna di promozione del gioco responsabile e dell'uso consapevole del denaro: creazione di un logo grafico e di un format stilistico/layout, di uno slogan della campagna, di un banner Web, di una locandina, di una brochure a carattere divulgativo di sensibilizzazione sul problema, di gadget da distribuire negli eventi ed incontri e di un insieme di video educativi e testimonianze (interviste, messaggi dai testimoni, messaggi di peer education) sia da convogliare nel percorso ludico-esperienziale dello stand itinerante di cui al successivo punto 3, sia da pubblicare online e da usare negli incontri.

A.2- DIFFUSIONE DELLA CAMPAGNA DI PREVENZIONE SU TUTTI I MEDIA

Creazione del sito Internet e delle pagine social del progetto su tutte le piattaforme esistenti (Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp).

Sarà dato ampio spazio all'attività di media relations per diffondere i temi della prevenzione alla ludopatia dai mezzi di comunicazione tradizionali quali radio e tv, a quelli più nuovi e maggiormente diffusi tra i giovani, internet, youtube, social media, per avere maggior risalto mediatico sui social network, si chiederà l'ausilio di testimonianza "influencer" con partecipazione a trasmissioni radio, TV e web TV inerenti le tematiche progettuali; stessa e pubblicazione di comunicati stampa nazionali, lanci stampa di presentazione del progetto e delle sue iniziative, news, articoli, interviste ecc. sui temi progettuali. Tramite le pubblicazioni periodiche e le newsletter, comunicazione a tutti gli associati delle organizzazioni componenti (per un totale di oltre 100 mila persone) e delle associazioni partner. Il sito web sarà strutturato su contenuti statici e funzionalità dinamiche, costantemente aggiornato, ottimizzato per l'indicizzazione sui motori di ricerca, dotato degli strumenti social più attuali. Risponderà le regole internazionali W3C, ssl ed altre. Conterrà la funzione di Chat Box, programma che simula una conversazione tra robot ed essere umano con una serie di risposte automatiche a domande FAQ, che consente all'utente un'esperienza in modalità self service e in real time, gradita ai giovani: il Sistema permette un'interazione in tempo reale, mediante un dialogo pro-attivo ed estremamente naturale con l'utente. Il sistema di Live Chat con operatore sarà invece attivo per soddisfare le esigenze informative più complesse o fornire ascolto, consigli e orientamento ai servizi socio-assistenziali territoriali competenti; potrà gestire più comunicazioni alla volta. La modalità chat è particolarmente utile anche ai non utenti, che non possono avvalersi dell'assistenza telefonica di cui al successivo punto 5.

A.3- COMEDIAN BUS TOUR

Tour itinerante per la Sicilia, in sosta presso piazze/terre/scuole e università/manifestazioni pubbliche, con struttura mobile (Comedian BUS), attrezzato per la performance di piccoli spettacoli estemporanei, proiezione di video educativi, giochi di luci e suoni, brevi testimonianze di vittime della ludopatia, interventi di testimonial dal mondo dello sport nonché con la presenza di social influencers.

Il punto di forza del tour è la presenza di artisti comici di Sicilia Cabaret, programma comico siciliano che vanta ascolti da media nazionale, andato in onda anche su Rai 2 a giugno 2018, molto conosciuto in città da tutte le fasce d'età della popolazione per avere partecipato a varie trasmissioni comiche nazionali Made in Sicily, eccezionale veramente, Zelig ecc, sono inoltre molto famosi sul web con video virali visualizzati da oltre 10 milioni di utenti, che collaborano da diversi anni con l'associazione Terra Nostra, che monteranno uno spettacolo comico con lo scopo di sensibilizzare ed evidenziare il problema della ludopatia.

L'obiettivo è di realizzare un'accattivante e coinvolgente attività ludico-esperienziale, presidiata da staff appositamente formato, che al tempo stesso veicoli messaggi positivi di esortazione all'autodeterminazione (gioco attivo e sport VS gioco passivo) e di contrasto del fenomeno della ludopatia, nonché di promozione del gioco responsabile e dell'uso consapevole del denaro. Durante il tour nelle piazze sarà presente personale qualificato (psicologi) appositamente formato, che oltre a fornire informazioni e orientamento provvederà alla diffusione di materiali e gadget ed alla raccolta di feedback dell'utenza mediante distribuzione di gettoni "facine smiles" verde, gialla e rossa, da imbacare secondo gradimento in urna esposta al pubblico. La promozione del Tour e la ricerca di spazi idonei per le sue

soste sarà occasione per attivare contatti con altri enti e soggetti per progettare campagne territoriali, che saranno seguite dai responsabili locali delle associazioni proponenti.

A.4. FLASH MOBS ED EVENTI PER GIOVANISSIMI

"Flash mobs" e incontri con i giovani. Saranno lanciate iniziative di assembramento spot e mobilitazione del pubblico dei giovani e giovanissimi, sul modello dei "Flash mob" (in questa accezione sono anche chiamati Smart Mobs), all'interno di centri commerciali, nelle piazze, nelle università, con la presenza "di richiamo" di testimoni dal mondo dello sport, di social influencer, artisti comici di Sicilia Cabaret, tesi a dimostrare il comune intento di contrastare la piaga sociale della ludopatia & promuovere la socialità, la condivisione e la partecipazione.

La prevenzione presso i giovanissimi comincerà già dall'età scolare, saranno organizzati incontri con i giovani anche presso scuole e centri di aggregazione giovanile di varia natura (associazioni sportive, parrocchie, etc...), curati da psicologi ed esperti del settore, al fine di illustrare il valore dell'atteggiamento sportivo e di autodeterminazione nel progetto di vita, in raffronto all'aleatorietà della soluzione offerta da una prospettiva di vincita al gioco. I Flash mobs e gli incontri con i giovani potranno essere organizzati anche in concomitanza con le tappe del tour itinerante descritti al punto 3.

A.5 HELP LINE

Attivazione di una Helpline che raggiungerà tutti i canali di comunicazione (call center telefonico, email dedicata, Live Chat e modulo Web) per attività di ascolto, orientamento e prima assistenza ai soggetti con possibili problemi di ludopatia ed ai loro familiari. In particolare per aiutarli a comprendere e correttamente interpretare gli atteggiamenti e comportamenti di gioco che possono costituire fattori di rischio o segnali di disagio e che rappresentano una minaccia in termini di sostenibilità economica e psicologica. La Helpline sarà curata da psicologi e giuristi, ma sarà indispensabile il lavoro e la presenza dei volontari, che saranno specificamente formati. Sarà organizzato, all'avvio del progetto, un corso di formazione di 10 ore dedicato ai volontari che affiancheranno i professionisti.

La Helpline offrirà orientamento e supporto nell'accesso ai servizi socio-assistenziali territoriali gestiti dalle aziende sanitarie locali e ai centri specializzati, inoltre, offrirà anche assistenza ai soggetti che a causa della ludopatia sono in situazione di sovra-indebitamento, per aiutarli ad accedere al Fondo di Prevenzione Usura istituito presso il Ministero dell'Economia ed alla consulenza specialistica offerta dai soggetti che per suo conto la gestiscono.

A.6 MAPPATURA NAZIONALE DEI CENTRI ANTI-LUDOPATIA

Mappatura delle strutture socio-sanitarie pubbliche (servizi territoriali di riferimento) e dei centri specializzati nel trattamento delle dipendenze, in grado di prendere in carico e trattare i casi di ludopatia e le altre forme di disagio ad essa correlate, verso cui la Helpline potrà orientare i suoi utenti con criterio di prossimità territoriale e specificità dei servizi. In seguito alla mappatura, sarà creato un database consultabile on line per regione, provincia e comune, che sarà costantemente aggiornato ed arricchito di link ai rispettivi siti web, segnalando progetti di prevenzione e/o le risorse educative online proposte da queste strutture. La mappatura comprenderà anche le indicazioni e i contatti dei centri ambusure presenti sul territorio, per agevolare l'accesso da parte di persone in corso nel sovraindebitamento per motivi di gioco.

A.7 INDAGINE DEMOSCOPICA

Indagine demoscopica su un campione di 1.000 soggetti, per approfondire le opinioni e le abitudini di gioco, la propensione a scommettere nonché il comportamento relativamente al gioco d'azzardo e la percezione del rischio di dipendenza. Il Questionario sarà somministrato con tecniche di campionamento rappresentativo a livello nazionale secondo le più accreditate metodologie statistiche, ed indagherà su un campione dai 14 ai 65 anni, perché il problema della ludopatia colpisce tutte le fasce d'età.

L'elaborazione dei dati terrà conto della dimensione territoriale, della fascia di età, della condizione sociale e culturale degli intervistati, oltre ad una serie di variabili specifiche pertinenti al tema (gioco in sala/online piuttosto che tipo di gioco/scommessa ecc.) per una completa ed accurata analisi fattoriale che sappia restituire profili e modelli di comportamento tipici, utilissimi a fini di conoscenza del fenomeno e programmazione di interventi mirati.

A.8 - CONFERENZA FINALE

Realizzazione di un evento conclusivo del progetto che coinvolgerà sia il mondo accademico che le persone avvicinate e sensibilizzate durante il progetto.

Sarà organizzata una conferenza interattiva di un'ora e quaranta minuti circa in cui saranno sfatati scientificamente tutti i miti relativi alle vincite miracolose promesse, saranno smontate alcune delle più diffuse false credenze sul gioco d'azzardo per avere il senso del reale probabilità di vincere al Superenalotto o al Gratta e Vinci, attraverso simulazioni di gioco, video e una continua interazione con il pubblico. Durante la conferenza saranno anche restituiti i risultati e le attività svolte dal progetto. Sono previsti circa 300 partecipanti, tra cui rappresentanti del mondo istituzionale, accademico, associativo, mediatico nonché il pubblico dei consumatori, in particolare delle giovani generazioni. Saranno invitate anche scuole secondarie superiori.

A.9 - COSTRUZIONE RETE NAZIONALE ANTI-LUDOPATIA

Con questa attività si vogliono mettere le basi per la costruzione di una rete nazionale anti-ludopatia definitiva e coesa nelle azioni di prevenzione e di lobbying: sono troppe infatti le voci che parlano di ludopatia, ognuna con le proprie ragioni e i propri focus, si vuole così costruire una rete che abbia una voce più grossa e che possa far meglio sentire la propria voce in termini di prevenzione e denuncia della ludopatia.

Nella costruzione della rete, sarà indispensabile il coinvolgimento di soggetti moltiplicatori, quali associazioni di categoria e reti associative sportive, con l'invio di presentazioni del progetto e lettera di invito a collaborare e supportare la diffusione dei suoi contenuti: associazioni di insegnanti e psicologi/operatori sociali, associazioni di giovani, enti e istituzioni impegnati sul tema (servizi socio-sanitari locali, centri specializzati nelle dipendenze, assessorati alle politiche giovanili e sociali di comuni, province e regioni), reti e iniziative di prevenzione della ludopatia, associazioni di famiglie e di tutela dei minori ecc.

Descrivere il ruolo di ciascun partner, l'esperienza maturata nel settore di riferimento e la relativa partecipazione alla realizzazione delle azioni programmate

La predisposizione dei materiali educativi e il Tour itinerante saranno curati da Associazione Terra Nostra in collaborazione con l'Associazione OPES ITALIA.

L'Associazione Terra Nostra, Associazione Terra Nostra viene costituita nel 2013 per promuovere attività mirate all'accrescimento culturale e sociale dei giovani.

Sin dalla sua costituzione l'associazione ha affiancato l'associazione Centro Giovanile Don Giuseppe Pupilli nel promuovere:

- iniziative ricreative e di socializzazione;
- iniziative culturali;
- hobby, attività e laboratori artigianali;
- attività motorie;
- attività di solidarietà sociale;
- attività per favorire lo scambio intergenerazionale;
- supporto e partecipazione all'allestimento e allo svolgimento delle iniziative culturali e/o ricreative intraprese sul territorio.

L'intento dell'Associazione è quello di fornire occasioni di socializzazione, di partecipazione e confronto attraverso l'espertamento di attività sociali, ricreative e culturali. L'obiettivo principale da realizzare è quello di un servizio di interesse e coinvolgimento di tutta la realtà giovanile in raccordo e collaborazione con le altre agenzie educative e l'associazionismo locale.

Le attività progettate insieme ad altri enti presenti nel territorio, sono le seguenti:

Progetto: I GIOVANI INCONTRANO LO SPORT Obiettivo: educare attraverso lo sport in particolare il calcio

Progetto: ARBITRI CI SI DIVENTA Obiettivo: imparare il rispetto delle regole mediante un Corso arbitri calcio

Progetto: Corso di LifePump Obiettivo: miglioramento dell'equilibrio armonico del corpo

ATTIVITA' CULTURALI

Progetto: DI DOMENICA SPECIALMENTE Obiettivo: incentivare la conoscenza della parola, letta scritta e recitata

Progetto: Corso di educazione alla lettura filmica Obiettivo: conoscere il linguaggio cinematografico

Progetto: HELP SCHOOL Obiettivo: migliorare il rendimento scolastico dei giovani iscritti al centro

Progetto: CORSO PER L'EDUCAZIONE ALLA TUTELA DELL'AGROECOSISTEMA TERRITORIALE Obiettivo: sensibilizzare i giovani riguardo il degrado ambientale, Attività: laboratorio ambientale

Progetto: PALURA DELL'ESAME Obiettivo: imparare ad apprendere e potenziare le proprie risorse mentali per affrontare lo studio

Progetto: MUSICOTERAPIA E ADOLTOESCENZA Obiettivo: facilitare la comunicazione non verbale, migliorare la qualità della vita nell'individuo

Progetto: Attività di assistenza sociale Percorsi personali di sostegno per famiglie in difficoltà.

L'OPES – ORGANIZZAZIONE PER L'EDUCAZIONE ALLO SPORT è un Ente Nazionale di Promozione Sociale e Sportiva che promuove ed organizza, senza scopo di lucro, in collaborazione con le Associazioni affiliate, numerose iniziative affinché e ricreative, a carattere locale, provinciale e nazionale. Opes Italia ha una ramificazione territoriale nazionale ed è articolata in tutte le 20 regioni d'Italia. Ha ca. 4.000 associazioni affiliate e ca. 300.000 tessereati. Credeamo nello sport come mezzo per la trasmissione di valori e come una palestra di vita che insegna a socializzare e crescere, ad impegnarsi e confrontarsi con i propri limiti.

L'OPES propone lo sport come risposta al disagio dei giovani che troppo spesso, non trovando modelli giusti o punti di riferimento per crescere in una società sempre più frenetica, in cui sembra di percorrere strade senza sbocchi.

Alcune attività svolte: L'ente svolge, ogni anno, 265 attività complessivamente in tutte le sedi regionali. Purtroppo per mancanza di spazio non possiamo inserire ma postiamo l'indirizzo del sito internet dell'ente dove andando su ogni regione si troveranno tutte le attività promosse in ogni regione: <http://www.opesitalia.it/entelocali/>. Collabora strettamente con Istituzioni, associazioni ed imprese in tutta Italia.

L'attività di **HelpLine** sarà coordinata dall'associazione Arthesia, associazione di volontariato, il cui scopo è quello di intraprendere ogni attività culturale, politica e giuridica tesa alla promozione umana del cittadino. Arthesia ha una vasta esperienza in materia di promuovere iniziative per la tutela dei diritti sociali e particolare attenzione ai soggetti deboli ed emarginati, con interventi atti ad eliminare l'esclusione sociale, proponendo iniziative di recupero e prevenzione a favore delle categorie svantaggiate e nel pieno rispetto dei diritti civili;

Associazione di Promozione Sociale Arthesia. L'associazione è il partner operativo di una partnership selezionata del Comune di Palermo tramite avviso pubblico per la gestione delle azioni collegate al SIA come da Avviso 3/2016 Ministero del Lavoro. Un importante spazio nella progettazione delle azioni collegate al SIA lo hanno avuto i servizi di animazione, educativi e di conciliazione a favore dei disabili.

La stessa Associazione è componente di un'altra partnership (insieme ad altri membri della presente) che è stata selezionata dalla Città Metropolitana di Palermo attraverso bando pubblico per la gestione di interventi per il contrasto alla grave emarginazione edulza **AVVISO PUBBLICO N. 4/2016 Ministero del Lavoro PO I FEAD**. L'ente è affidatario, a Palermo, di un bene confiscato alla mafia che metterà a disposizione del progetto.

Esperienze in progetti simili (2016-2017):

anno 2011-2016: progetto Consultiamoci in Rete" progetto Sperimentale innovativo per la riorganizzazione del Consultori familiari al fine di ampliare e potenziare gli interventi sociali a favore delle famiglie - finanziato dalla Regione Siciliana - Assessorato della Famiglia, delle Politiche Sociali e del Lavoro.

dal 04/05/2016 al 03/05/2017 Rif. Progetto "Re:se:T" Rete Soccorso e Tutela percorsi Sperimentali di Cittadinanza Attiva per le pari Opportunità e contro l'Esclusione Sociale- Codice fascicolo n. 2411- Linee di indirizzo per la presentazione di progetti sperimentali di volontariato di cui all'art. 12, comma 1, lettera d), della legge 11 agosto 1991, n. 266, finanziati con il Fondo per il volontariato istituito ai sensi dell'art. 12, comma , della legge 11 agosto 1991 n.266. Unice di indirizzo anno 2014.

dal 02/11/2015 in corso :Progetto "EMPOWERMENT" finanziato dalla Regione Siciliana, Assessorato della famiglia e delle politiche sociali - D.D. n. 149/2015- per la sperimentazione di azioni urgenti di contrasto alle vecchie e nuove povertà'. All. al D.D. n. 2380 del 30/12/2013;

L'attività di **Flash Mob** sarà coordinata dall'associazione OPES Italia, che da anni effettua iniziative di prevenzione alle dipendenze in correlazione agli eventi di promozione sportiva su tutto il territorio nazionale.

L'**Indagine demoscopica** nazionale sarà coordinata dall'Associazione Terra Nostra che sarà affiancata dall'Università degli Studi di Palermo.

Nel coinvolgimento di stakeholders e soggetti moltiplicatori, a livello nazionale e locale, così come nell'attività di promozione verso i giovani, attraverso le scuole e le università, saranno impegnate tutte e tre le associazioni proponenti, con la propria rete di contatti e di sedi.

5 - Cronogramma delle attività, redatto contemporaneamente al modello seguente:

Attività di riferimento di cui si prelevante paragrafo n. 7	Mesi (colorare le celle interessate)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. Preparazione del material informativo/educativi																		
2. Comunicazione:																		
3. Tour itinerante																		
4. "Flash mobs" e incontri con i giovani																		
5. Helpline																		
6. Mappatura delle strutture socio-sanitarie pubbliche																		
7. Indagine demoscopica																		
8. Realizzazione evento conclusivo																		
9. Coinvolgimento di stakeholders																		

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 (a) (1)	Ente di appartenenza	Livello di Inquadramento professionale (2)	Forma contrattuale (3)	Spese previste e la provenienza di riferimento, come da piano finanziario (modello D)
1 2	A	Ass. Terra Nostra	C	Dipendente, esterno	40.000,00
2 2	B	Opes Italia	C	Dipendente, esterno	50.000,00
2	B	Terra Nostra	C	Dipendente, esterno	30.000
3 4	C	Arthesia	B	Dipendente,	10.000,00

Associazione Don Giuseppe Puglisi - attraverso protocollo d'intesa specifico si occuperà della Mappatura delle strutture socio-sanitarie pubbliche interessate alle attività proposte.

La Cooperativa Sociale Le Amazzoni - attraverso protocollo d'intesa specifico si occuperà dell'attività "Flash mobs" e incontri con i giovani.

Associazione San Benedetto Il Moro - attraverso protocollo d'intesa specifico si occuperà dell'organizzazione degli eventi sport nazionali e regionali.

Associazione Tesori di Sabbia - attraverso protocollo d'intesa specifico si occuperà di animazione delle persone con disabilità che aderiscono alle attività progettuali e del Tour itinerante.

Cooperativa Sociale Modirfa - attraverso protocollo d'intesa specifico si occuperà dell'attività HelpLine.

Cooperativa Sociale Sambraia - attraverso protocollo d'intesa specifico si occuperà della realizzazione evento conclusivo.

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 Circa Circ. 2/2009), evidenziando le caratteristiche del delegato. Non sono affidabili a delegati le attività di direzione, coordinamento e gestione (segreteria organizzativa). E' necessario esplicitare adeguatamente i contenuti delle deleghe con riferimento alle specifiche attività o fasi.

Si prevede l'affidamento dell'attività di valutazione d'impatto all'università di Palermo - Dipartimento Culture e Società.

Il Dipartimento Culture e Società ha partecipato a diversi progetti di ricerca nell'ambito delle politiche sociali sia a livello nazionale nelle quali si inserisce e caratterizza l'esperienza dello stesso ente nella valutazione d'impatto delle politiche sociali. Il Dipartimento ha profuso uno sforzo consistente nell'elaborazione di progetti di elevata innovatività, tra i quali nel solo ultimo triennio si segnalano i progetti Welcome (AWTISO/BANDO/CALL: JUST/2015/RDAP/AG/MULT) e Provide (AWTISO/BANDO/CALL:JUST/2016/RDAP/AG/MULT). Altri progetti FIRG e PRIN nell'ultimo triennio sono stati valutati positivamente e/o finanziati. Il Dipartimento registra il successo di sei docenti afferenti, responsabili di unità locali, con le relative équipes, partecipando alla stesura e quindi all'esecuzione di progetti PON nell'ambito del Distretto di Alta tecnologia per l'innovazione nel settore dei Beni culturali per la Regione Sicilia (DTBC), oltreché alla conduzione di progetti PAC, POFESR; ha collaborato alla stesura dei piani di Strategia regionale dell'innovazione per la specializzazione intelligente per il periodo 2014-2020, di cui si attendono a breve i bandi. Canali ulteriori di finanziamento sono stati intercettati attraverso l'interazione e convenzioni con soggetti pubblici (Regione e Assessorati, Enti locali) e privati o ecclesastici, nonché per i progetti in collaborazione internazionale - attraverso fondi CORI, DAAD, Italia-Tunisia, Centro di eccellenza Ibalo-badisco Villa Vigoni. Di notevole valore le attività del Dipartimento per l'incoraggio al contesto barriera in termini di ricadute delle ricerche, conoscenze e competenze sviluppate e di rilevanza delle stesse all'interno delle strategie europee di consolidamento delle "società riflessive" e "inclusive" e, in particolare, di preservazione e valorizzazione del patrimonio culturale europeo e mediterraneo, nonché nelle correlate politiche locali, nazionali e internazionali. Un riscontro immediato in questo senso si è avuto con il successo riscosso da ben 6 unità di ricerca del Dipartimento nei bandi competitivi PRIN 2015.

10. Sistemi di valutazione

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

Oggetto specifico	Attività	Tipologia strumenti
Sensibilizzare il pubblico al problema sociale della ludopatia e del gioco accanito	Campagna online, attività di comunicazione mirata online (gruppi Facebook ecc.) Campagna sul territorio comunale con le sosie con il Comedian B.U.S. il Tour, Flash Mob e gli incontri con i giovani	Creazione di un sistema di rilevazione del gradimento del pubblico ed elaborazione dei risultati con riferimento a varie dimensioni territoriale, tipo di attività, tipo di target

		<p>ecc.).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Numero di giovani raggiunti in forma indiretta attraverso la comunicazione - Numero di giovani attivamente coinvolti negli incontri (partecipanti) ecc. - Analisi del gradimento attraverso la distribuzione di gettoni "facchine smiles" verde, gialla e rossa che i partecipanti agli eventi potranno imbucare in apposita urna esposta al pubblico; - Analisi del gradimento attraverso i click ricevuti sui pulsanti faccine smiles pubblicati online sul sito Web del progetto
<p>Contribuire al cambiamento culturale di atteggiamenti verso il gioco, soprattutto nelle aree a basso livello di istruzione e basso reddito medio, elevati tassi di gioco</p>	<p>Conferenza spettacolo e attività promozionali collegate verso gli stakeholders territoriali</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Livello di partecipazione alla conferenza finale da parte di: pubblico generale, giovani, scuole, giornalisti, stakeholders istituzionali e non, associazioni, esperti del settore: socio-sanitario, politici - livello di copertura mediatica - numero di soggetti raggiunti con attività di pubblicizzazione, promozione e diffusione successiva degli Ati (anche online)
<p>Educare i giovani al gioco responsabile e all'autodeterminazione nella vita</p>	<p>Lettere alle scuole, alle università ed altri centri di aggregazione giovanile, portali Web dedicati agli studenti; Posti ai gruppi Facebook di target giovanile</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rilevazione con scheda/griglia di analisi del numero di scuole/università/altri enti e soggetti raggiunti, numero di feedback ricevuti, numero di iniziative organizzate (es. incontri con il DS per la presentazione della campagna, soste del Tour itinerante, incontri con i ragazzi, post e articoli sui gruppi Facebook, numero di "like" ricevuti
<p>Raggiungere direttamente la società sul territorio, innesca come pubblico e come attori e</p>	<p>Brochure, video educativi e sistema ludico- esperienziale del Comedian BTS (itinerante), pagine</p>	<p>Per la valutazione di qualità ed impatto delle attività di campagna informativa previste,</p>

<p>stakeholders locali, attivare campagne mediante effetto moltiplicatore</p>	<p>web statiche e interattive, gadgeti ecc., da usare nella campagna e mettere a disposizione anche di soggetti moltiplicatori</p>	<p>sarà organizzato al termine della fase di preparazione un Focus Group con i consumatori (circa 12 partecipanti) atto a presentare la campagna condotta ed i metodi applicati, far testare i materiali e raccogliere feedback sui contenuti, il linguaggio, le forme ecc.</p>
<p>Approfondire gli aspetti psico-sociali del fenomeno con riferimento a target specifici e a varie dimensioni; studiare il profilo dei soggetti a rischio per attività di prevenzione mirata</p>	<p>Indagine demoscopica su 200 soggetti a livello regionale</p>	<p>Qualità dell'indagine: - numero di questionari compilati; rilevanza delle osservazioni e qualità dell'elaborazione statistica dei dati mediante analisi fattoriale; consistenza del report; Impatto: - numero dei soggetti istituzionali, sidcision makers e stakeholders raggiunti con il rapporto di ricerca - grado di copertura mediatica dei risultati dell'indagine (comunicato/conferenza stampa/interviste distaccate/parlinoi pubblicati)</p>
<p>Offrire informazioni, prima assistenza e orientamento ai servizi socio-sanitari territoriali e ai centri specializzati per le dipendenze, ai giocatori compulsivi e ai loro familiari</p>	<p>Helpline: - linea telefonica dedicata con operatori psicologi e volontari - servizio chat Bot e Chat Live anche da mobile Mappatura dei servizi territoriali e database online</p>	<p>Raccolta dati e analisi di impatto: - Numero di persone raggiunte con le attività di pubblicizzazione del servizio - Numero di visitatori sulle pagine Web dedicate al servizio - Numero di richieste di assistenza ricevute</p>

1.1. Attività di comunicazione

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI specificare la tipologia
<p>Un lancio stampa iniziale del progetto con presentazione dei risultati dell'indagine demoscopica, alla fine del terzo</p>	<p>- Comunicato stampa - conferenza stampa, con ospiti, esperti esterni e</p>	<p>Sollecitare l'attenzione della stampa e del pubblico sul tema,</p>	<p>Analisi della rassegna stampa</p>

<p>Un bando stampa per ciascuno dei 30 eventi pubblici del progetto (Flash Mob, soste del Tour itinerante del Comedian BUS, incontri con i giovani)</p>	<p>Comunicato stampa - post sui social media - articoli sulle pubblicazioni periodiche, sulle newsletter e sui siti web dei proponenti. Attività svolta sia a livello nazionale che a livello di media locali attraverso la sede territoriale interessata dall'evento</p>	<p>- Sollecitare l'attenzione dei media assicurando una buona partecipazione di pubblico - sostenere l'autorevolezza dell'intervento e coinvolgere gli stakeholders locali</p>	<p>- numero di media tradizionali raggruppati (agenzie, testate della carta stampata, tv, radio) - Numero di testate online - numero di articoli pubblicati, numero di interviste rilasciate ecc. (rassognà stampe) Analisi della rassegna stampa: (come sopra)</p>
<p>Invito agli stakeholders presenti sul territorio per un confronto e per la collaborazione</p>	<p>- Lettera di presentazione del progetto ed invito al collaborare; - invito come relatori aderenti del progetto; - Videointerviste per presentare il loro impegno e le loro iniziative sul tema; - Invio di materiali da distribuire sul territorio.</p>	<p>- Favorire la reciproca conoscenza e valorizzazione, la comprensione dei ruoli e delle potenzialità di ciascuno, le possibili attività comuni; - progettare nuove campagne dirette a target specifici; - massimizzare l'impatto e la diffusione dei risultati del progetto.</p>	<p>- Documento di mappatura degli stakeholders a livello nazionale e territoriale, e categorizzazione della pianificazione della comunicazione personalizzata per ogni categoria; - numero di lettere inviate -numero di feedback positivi ricevuti - numero di collaborazioni effettivamente attivate, con documentazione di supporto</p>
<p>mezza di attività</p>	<p>testimonial della campagna. - intensa campagna di lancio sui social media, invio di post ai gruppi face book a carattere giovanile. - articoli sulle pubblicazioni periodiche, sulle newsletter e sui siti web dei proponenti. Attività svolta sia a livello nazionale che a livello di media locali attraverso le sedi territoriali dei proponenti</p>	<p>dare visibilità al progetto e alle sue attività.</p>	<p>- numero di media tradizionali raggruppati (agenzie, testate della carta stampata, tv, radio) - Numero di testate online - numero di articoli pubblicati, numero di interviste rilasciate ecc. (rassognà stampe)</p>

<p>Sito web del progetto, funzionalità interattive, servizi online</p>	<p>Pagine statiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sezione informativa e divulgativa, FAQ, news ed eventi del progetto, comunicati stampa, collaborazioni attivate, materiali realizzati scaricabili (video, brochure ecc.), interviste ai testimonial ecc. Pagine dinamiche: <ul style="list-style-type: none"> - Aggregatore di notizie FEED RSS (aggiornamento ogni 60 minuti) su notizie, contenuti e argomenti secondo chiavi di ricerca preimpostate. - Strumenti interattivi a disposizione dell'utente (servizio Chat Box e Chat live con operatore) - faccine smiles cliccabili online per il feedback di gradimento dell'utenza 	<ul style="list-style-type: none"> - visibilità del progetto e delle sue iniziative/materiali/risultati, anche grazie alla campagna di Web Marketing (Google Ad Grants for Non Profit, campagna SEO search engine optimization) - possibilità per giornalisti e stakeholders di scaricare materiali per ulteriore diffusione della campagna - numero di contatti quotidiani stimato in 300-700 , oltre al traffico generato dai siti web delle associazioni proponenti 	<ul style="list-style-type: none"> - Statistiche Web con tecniche professionali sul numero dei visitatori e delle pagine consultate, dei download ecc. - numero di contatti del servizio Chat e Chat Box - numero di visualizzazioni e di like - numero di faccine smile verdi cliccate dai visitatori
<p>Conferenza finale</p>	<p>Lettere di invito a relatori e richiesta di supporto promozionale all'evento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - associazioni ed enti collaboratori esterni del progetto e altre attive sui territori - servizi socio-assistenziali territoriali e centri specializzati nelle dipendenze, enti locali, politici a livello nazionale, regionale e locale - scuole, dipartimenti universitari - gruppi e centri di aggregazione giovanile, società sportive 	<p>Assicurare alla conferenza un nutrito gruppo di relatori altamente qualificati, che facciano seguire allo spettacolo educativo di matematica applicata al gioco, una riflessione sociopolitica mirata alla definizione di interventi efficaci di prevenzione</p> <p>Assicurare un pubblico ampio ed interessato con buona rappresentanza giovanile</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Numero di soggetti raggiunti, numero di relatori esterni intervenuti, - numero di collaboratori alla promozione dell'evento ottenute (es. pubblicazione sui siti web, comunicazioni agli associati ecc.) - Pubblico presente all'evento

Allegati: n° 7. relativi alle collaborazioni (punto 8).

Pr. 4.11.2019
(Luogo e data)

Il Legale Rappresentante
(Timbro e Firma)

Associazione Terra Nostra
PIRELLA
C.F. 87278010821

AVVISO N. 1/2018
**PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI DELL'ARTICOLO 72 DEL DECRETO
 LEGISLATIVO 31 LUGLIO 2017, N. 117 E S.M.I. - ANNO 2018.**

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

Progetto:	"All in - Tutti in gioco"	
Ente Proponente:	Associazione Terra Nostra	
In partenariato con:	Associazione OPES ITALIA, Associazione Arthesia	

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

Codice di Spesa	Descrizione Voce di Spesa	Importi	
		Importi	% su totale
A	Progettazione	€ 47.000,00	4,62%
B	Promozione, informazione, sensibilizzazione	€ 95.000,00	9,34%
C	Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto (max 10% del	€ 47.000,00	4,62%
D	Funzionamento e gestione del progetto	€ 793.000,00	76,99%
X	Affidamento attività a soggetti esterni delegati (max 30% del totale progetto)	€ 20.000,00	1,97%
F	Altre voci di costo	€ -00	0,00%

TOTALE SPESE DIRETTE DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F)		
G	Spese generali di funzionamento (max 10% totale progetto)	€ 992.000,00
	TOTALE PROGETTO (A+B+C+D+E+F+G)	€ 25.000,00
	di cui progettazione totale (A.F + E.I) max 5% del totale progetto *	€ 1.017.000,00
		€ 47.000,00
	% di cofinanziamento a carico Ente/	4,62%
TOTAL F. IMPORTO DEL COFINANZIAMENTO DELL'ENTE PROPONENTE		
		30,00%
TOTAL F. IMPORTO DEL FINANZIAMENTO CONCESSO		
		€ 305.100,00
		€ 711.900,00
		70,00%

4.12.2018

(Luogo e data)


 Alessandra Totta / Amministratore
 IP / Legale / Telese / Campania / CA
 ALERMO
 Telefono e fax 09127061082 1

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.L. - ANNO 2018.

Finanziato con Fondo per il finanziamento di progetti e attività di interesse generale nel terzo settore			
Progetto:	"All in - Tutti in gioco"	Tra i soggetti attuatori sono previste fondazioni?	SI/NO
Ente Proponente :	Associazione Terra Nostra	Inserire nella casella a fianco SI/NO	
In partenariato con:	Associazione OPES ITALIA, Associazione Arthesia		

Allegato F - SEZIONE 2 - PIANO FINANZIARIO: Dettaglio delle Macro voci di Spesa

Cod Macrovoce	Cod Dettaglio Spesa	Descrizione Voce di Costo	Importi	% su totale
A		Progettazione		
	A.1	Risorse Umane (N.B.: A.1+E.1 max 5% del totale progetto)	€ 27.000,00	

A			Totale spese Progettazione	47.000,00 €	4,62%
B			Promozione, informazione, sensibilizzazione		
	B.1	Risorse Umane		€ 307.400,00	
	B.2	Acquisto beni e servizi strumentali ed accessori		€ 115.000,00	
B			Totale spese Promozione, informazione, sensibilizzazione	€ 95.000,00	9,34%
C			Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto (max 10% del totale progetto)		
	C.1	Risorse Umane		€ 112.000,00	
	C.2	Acquisto beni e servizi strumentali ed accessori		€ 5.000,00	
C			Totale spese Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto	€ 47.000,00	4,62%
D			Funzionamento e gestione del progetto		
	D.1	Risorse Umane		€ 550.000,00	
	D.2	Acquisto beni e servizi strumentali ed accessori		€ 95.000,00	

	D.3	Attrezzature (acquisto, noleggio, ammortamenti)	€ 59.672,00	
	D.4	Materiale didattico	€ 18.210,00	
	D.5	Fiduciarione	€ 17.280,00	
	D.6	Spese di viaggio, vitto e alloggio risorse umane	€ 4.000,00	
	D.7	Spese di viaggio, vitto e alloggio destinatari	€ 5.000,00	
	D.8	Assicurazione volontari per responsabilità civile verso terzi, contro infortuni e malattie connesse all'attività sv	€ 3.000,00	
	D.9	Assicurazione destinatari	€ 5.000,00	
	D	Totale spese Funzionamento e gestione del progetto	€ 783.000,00	76,99%
	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)	€ 100	0,00%
	E.2	Formazione	€ 100	
	E.3	Ricerca	€ 100	

	E.4	Valutazione d'impyatto	€ 20.000,00	
E		Totale spese affidamento attività a soggetti esterni delegati	€ 20.000,00	1,97%
F		Altre voci di costo (solo per voci non già elencate nel piano e da dettagliare ANALITICAMENTE)		
	F.1	€ -10	
	F.2	€ -50	
	F.3	€ -00	
F		Totale spese per altre voci di costo	€ -00	0,00%
TOTALE SPESE DIRETTE DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F)			€ 992.000,00	
G		Spese generali di funzionamento (max 10% del totale di progetto)	€ 25.000,00	2,46%
TOTALE SPESE DI PROGETTO (A+B+C+D+E+F+G)			€ 1.017.000,00	100,00%
		di cui Progettazione totale (A.1+E.1) max 5% del totale progetto)	€ 47.000,00	4,62%

% di cofinanziamento a carico Enti/	34,78%	
TOTALE IMPORTO DEL COFINANZIAMENTO DELL'ENTE PROPONENTE	€ 305.100,00	
TOTALE IMPORTO DEL FINANZIAMENTO MINISTERIALE RICHIESTO	€ 711.900,00	70,00%

21. 4. 12. 2015

(Luogo e data)

Associazione Terra Mostre
 Giuseppe Pastore
 IPALERMO
 C.A.F. 8787887 0821

Il Legale Rappresentante

(Timbro e Firma)

NB: INSERIRE I DATI DI BUDGET SOLO NELLE CELLE COLORATE