



SCHEDA PROGETTO LIFE CLIMACTION

Ogni anno che passa l'atmosfera si riscalda e il clima cambia. Degli otto milioni di specie presenti sul pianeta un milione è a rischio di estinzione. Assistiamo all'inquinamento e alla distruzione di foreste e oceani. I cambiamenti climatici interessano tutte le regioni del mondo. Le calotte polari si sciolgono e cresce il livello dei mari. In alcune regioni i fenomeni meteorologici estremi e le precipitazioni sono sempre più diffusi, mentre altre sono colpite da siccità e ondate di calore senza precedenti. La situazione nel "vecchio continente" è particolarmente seria. Nell'**Europa centro-meridionale** si registrano ondate di calore, incendi forestali e siccità sempre più frequenti. Il **Mediterraneo** si sta trasformando in una regione arida, il che lo rende ancora più vulnerabile di fronte alla siccità e agli incendi boschivi. L'**Europa settentrionale** sta diventando molto più umida e le alluvioni invernali potrebbero diventare un fenomeno ricorrente. Le **zone urbane**, nelle quali vivono oggi 4 europei su 5, sono esposte a ondate di calore e alluvioni e all'innalzamento del livello dei mari, ma spesso non sono preparate per adattarsi ai cambiamenti climatici. Peraltro, secondo la comunità scientifica questi fenomeni dovrebbero intensificarsi nei prossimi decenni aggravando ulteriormente la situazione. Per cercare di dare risposte concrete a queste nuove sfide l'Unione Europea ha lanciato il **Green Deal Europeo**, una nuova strategia di crescita che sostiene la transizione verso una società equa e prospera, capace di reagire alle sfide legate ai cambiamenti climatici e al degrado ambientale migliorando la qualità della vita delle generazioni presenti e future. Il **Green Deal** è parte integrante della strategia della Commissione per attuare l'**Agenda 2030** e gli **obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite**. Poiché questa transizione determinerà cambiamenti sostanziali, la partecipazione attiva dei cittadini e la fiducia nella transizione sono fondamentali affinché le politiche possano funzionare e siano accettate. È necessario un nuovo patto che riunisca i cittadini, con tutte le loro diversità, le autorità nazionali, regionali, locali, la società civile e le imprese, in stretta collaborazione con le istituzioni e gli organi consultivi dell'UE. La partecipazione e l'impegno dei diversi **portatori d'interesse** sono quindi fondamentali per il successo del **Green Deal Europeo**. Se si vuole garantire il successo del **Green Deal** e determinare cambiamenti duraturi, la Commissione deve dare ascolto prioritariamente alle istanze dei cittadini, che sono e dovrebbero rimanere il motore della transizione ecologica. Accanto ai **cittadini e alla società civile** occorre mobilitare altri **key stakeholders** e in particolare: i **governi nazionali**, le **amministrazioni locali** e il **mondo delle imprese**. A distanza di oltre 5 anni dall'**Accordo di Parigi** sui cambiamenti climatici e dall'**Agenda 2030** sullo Sviluppo Sostenibile, non ci si però è mossi ancora abbastanza per prevenire cambiamenti climatici che potrebbero essere irreversibili e portare effetti catastrofici.

Recenti sondaggi dell'opinione pubblica (*Special Eurobarometer* 490 e 501) effettuati nel 2019 e nel 2020 mostrano che nove europei su dieci vedono il cambiamento climatico come un problema serio e ritengono che la protezione dell'ambiente sia personalmente importante per loro. Le numerose soluzioni delineate nel *Green Deal* possono avere successo solo se progettate in modo socialmente giusto ed equo e se i cittadini, le comunità, le imprese e le organizzazioni fanno la loro parte, insieme alle istituzioni. In questo contesto diventa quindi importante e urgente coinvolgere attivamente questi portatori d'interesse e renderli partecipi della sfida rappresentata dal *Green Deal Europeo* in modo che ciascuno si impegni con azioni concrete a favore del clima e con comportamenti improntati alla sostenibilità.

Alla luce di questi bisogni, Legambiente attraverso il progetto LIFE CLIMACTION intende conseguire i seguenti obiettivi:

1. favorire e rafforzare la partecipazione e il contributo della società civile al **Green Deal Europeo**.
2. far conoscere ai diversi portatori d'interesse, *in primis* società civile, amministrazioni pubbliche e imprese, i contenuti delle 2 aree tematiche del *Green Deal Europeo* dedicate rispettivamente al **clima** e all'**energia** e mobilitarli con iniziative concrete.
3. diffondere i contenuti del **Patto Europeo per il Clima** e incentivare l'assunzione di impegni individuali da parte dei cittadini e in particolare dei giovani.
4. contribuire a far conoscere gli obiettivi dell'**Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile** e in particolare gli **obiettivi 7, 11 e 13** dedicati a **Energia Pulita, Città e Comunità Sostenibili e Lotta ai Cambiamenti climatici**.

Il raggiungimento dei suddetti obiettivi verrà garantito da una **campagna di informazione e sensibilizzazione multitarget su scala nazionale** che sarà declinata per i diversi portatori d'interesse. Le attività previste includono azioni di sensibilizzazione, scambio di buone pratiche, seminari formativi, attività di *advocacy*, predisposizione e adozione di codici di condotta, *ecoforum*, *social hackathon*, interventi pilota per la mitigazione dei cambiamenti climatici, etc., come meglio specificato nella descrizione dei *Work Packages*.



**LIFE 2020 Call for Proposals from NGOs on the European
Green Deal (NGO4GD)**

TECHNICAL APPLICATION FORMS

Table of Content

A1 - GENERAL PROJECT INFORMATION.....	3
A2 – COORDINATING BENEFICIARY PROFILE.....	4
A3 - COORDINATING BENEFICIARY DECLARATION	7
A4 - CO-FINANCER PROFILE AND COMMITMENT FORM.....	8
B1 - DESCRIPTION OF THE INTERVENTION	9
B2 – DETAILED DESCRIPTION OF THE WORK PACKAGES	10
B3 – ESTIMATED TOTAL ELIGIBLE COSTS PER WORK PACKAGE	24
B4 – TIMETABLE.....	26

The Financial Application Forms are contained in a separate file in Excel format.

	<small>FOR ADMINISTRATION USE ONLY</small> LIFE20 PRE-NGO/Country/number
--	---

LIFE 2020 Call for Proposals from NGOs on the European Green Deal (LIFE NGO4GD)

A1 - GENERAL PROJECT INFORMATION

Name of the **Beneficiary**:

Project title (max. 200 characters):

Project acronym (max. 25 characters):

The project will be implemented in the following Country/ Regions:

Name of the Country:	Name of the Region(s):
ITALIA	TUTTE

Expected start date: 01/10/2021 Expected end date:

PROJECT BUDGET AND REQUESTED EU FUNDING

Total project budget: € 500.000
 Total eligible project budget: € 500.000
 EU financial contribution requested: € 300.000 = % of total eligible costs
max. 300.000 € max. 60% of total eligible costs

A2 – COORDINATING BENEFICIARY PROFILE

COORDINATING BENEFICIARY Profile Information			
Legal Name	Legambiente Onlus		
Short Name (max.10 characters)	LEGAMB	Legal Status ONG – Private non commercial	
VAT No	02143941009		
VAT Reimbursement	YES <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
Legal Registration No	1010015		
Registration Date	06/06/2002		
PIC Number (not compulsory):	986523951		
Coordinating Beneficiary contact person information			
Surname	Di Marco	First Name	Stefano
Title	Dr.	Function	Coordinatore Ufficio Progetti
E-mail address	progetti@legambiente.it		
Telephone number	06862681		
Department / Service	Dipartimento Progetti		
Street Name and No	Via Salaria, 403	PO Box	
Post Code	00199	Town/City	Roma
Member State	Italia		
Coordinating Beneficiary legal address and legal representative information			
Surname	Ciafani	First Name	Stefano
Title	Ing.	Function	Presidente Nazionale
E-mail address	s.ciafani@legambiente.it		
Telephone number	06862681		

Department / Service	Presidenza Nazionale		
Street Name and No	Via Salaria, 403	PO Box	
Post Code	00199	Town/City	Roma
Member State	Italia		
Website of the Coordinating Beneficiary			
Website	www.legambiente.it		
Brief description of the activities of the Coordinating Beneficiary (max 3200 characters)			

Con oltre 115 000 tra soci e sostenitori, 1000 gruppi locali, 30 000 classi che partecipano a programmi di educazione ambientale, più di 3 000 giovani che ogni anno partecipano ai campi di volontariato, oltre 60 aree naturali gestite direttamente o in collaborazione con altre realtà locali, Legambiente è la più diffusa associazione ambientalista italiana. A livello nazionale è riconosciuta dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare come associazione di interesse ambientale; dal Ministero degli Affari Esteri come Organizzazione non Governativa e dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali come associazione nazionale di promozione sociale. A livello internazionale fa parte dell'European Environmental Bureau (EEB) - l'organismo che raccoglie tutte le principali associazioni ambientaliste europee e dell'IUCN - International Union for Conservation of Nature.

In 40 anni di attività Legambiente ha organizzato campagne itineranti di monitoraggio della qualità ambientale lungo le coste e nelle città, come **Goletta Verde**, **Goletta dei Laghi**, **Treno Verde**, Mal'Aria e altre; promuove a livello nazionale iniziative di volontariato come *Spiagge pulite* e *Puliamo il Mondo*, edizione italiana di **Clean Up the World**, la giornata mondiale di pulizia di parchi, aree urbane, aree fluviali di cui l'associazione è dal 1994 l'organizzatore per l'Italia.

Ha promosso e fatto crescere la mobilitazione contro lo smog e i referendum del 1987 e del 2011 contro il nucleare, ha combattuto contro l'abusivismo edilizio e alzato il velo sulle discariche abusive di rifiuti e sull'azione delle ecomafie, con un rapporto annuale sugli illeciti ambientali connessi alle attività delle organizzazioni criminali; promuove inoltre l'utilizzo di energie alternative e rinnovabili, il risparmio energetico, la salvaguardia delle aree protette e della biodiversità, la lotta al traffico illegale dei rifiuti e numerose iniziative sul tema dei cambiamenti climatici.

L'associazione partecipa in qualità di beneficiario coordinatore e di beneficiario associato a numerosi progetti europei finanziati con programmi quali ENI CBC, H2020 e LIFE.

A3 - COORDINATING BENEFICIARY DECLARATION

The undersigned hereby certifies that:

1. The specific actions listed in this proposal do not and will not receive aid from the European Structural and Investment Funds or other European Union funding programmes. In the event that any such funding will be made available after the submission of the proposal or during the implementation of the project, my organisation will immediately inform the Contracting Authority.
2. My organisation LEGAMBIENTE has not been served with bankruptcy orders, nor has it received a formal summons from creditors. My organisation is not in any of the situations listed in Articles 136(1), 136(4) and 141 of the EU Financial Regulation [Regulation (EU, Euratom) 2018/1046 of the European Parliament and of the Council of 18 July 2018 on the financial rules applicable to the general budget of the Union, amending Regulations (EU) No 1296/2013, (EU) No 1301/2013, (EU) No 1303/2013, (EU) No 1304/2013, (EU) No 1309/2013, (EU) No 1316/2013, (EU) No 223/2014, (EU) No 283/2014, and Decision No 541/2014/EU and repealing Regulation (EU, Euratom) No 966/2012, OJ L 193, 30.7.2018, p. 1)].
3. My organisation will conclude with the co-financiers any agreements necessary for the completion of the work, provided these do not infringe on their obligations, as stated in the grant agreement with the Contracting Authority. Such agreements will be based on the model proposed by the Contracting Authority.
4. My organisation will not apply for more than one project under the LIFE 2020 Preparatory Action Projects for NGOs call for proposals.

I am legally authorised to sign this statement on behalf of my organisation.

I have read in full the Model LIFE Grant Agreement with Special and General Conditions and the Financial Guidelines (provided with the LIFE application files).

I certify to the best of my knowledge that the statements made in this proposal are true and the information provided is correct.

Roma, 4 Marzo 2021

Signature of the Coordinating Beneficiary:

Name(s) and status of signatory: Stefano Ciafani – Presidente Nazionale

A4 - CO-FINANCER PROFILE AND COMMITMENT FORM*(complete for each co-financer)*

Legal Name and full address on the co-financer			
Legal Name	ENEL Foundation		
Street Name and No	Via Bellini, 24	PO Box	
Post Code	00198	Town/City	Rome
Member State	ITALY		
Financial commitment			
We will contribute the following amount to the project:	80.000 Euro		
Status of the financial commitment			
CONFIRMED			
Comments			

Roma, 19 marzo 2021

Signature of the Co-financer:

Name(s) and status of signatory: Carlo Papa - Direttore

YOU MAY DUPLICATE THIS PAGE

B1 - DESCRIPTION OF THE INTERVENTION

(max 1 page)

Ogni anno che passa l'atmosfera si riscalda e il clima cambia. Degli 8 milioni di specie presenti sul Pianeta 1 milione è a rischio di estinzione. Assistiamo all'inquinamento e alla distruzione di foreste e oceani. I cambiamenti climatici interessano tutte le regioni del mondo. Le calotte polari si sciolgono e cresce il livello dei mari. In alcune regioni i fenomeni meteorologici estremi e le precipitazioni sono sempre più diffusi, mentre altre sono colpite da siccità e ondate di calore senza precedenti. La situazione nel "vecchio continente" è particolarmente seria. Nell'**Europa centro-meridionale** si registrano ondate di calore, incendi forestali e siccità sempre più frequenti. Il **Mediterraneo** si sta trasformando in una regione arida, il che lo rende ancora più vulnerabile di fronte alla siccità e agli incendi boschivi. L'**Europa settentrionale** sta diventando molto più umida e le alluvioni invernali potrebbero diventare un fenomeno ricorrente. Le **zone urbane**, nelle quali vivono oggi 4 europei su 5, sono esposte a ondate di calore e alluvioni e all'innalzamento del livello dei mari, ma spesso non sono preparate per adattarsi ai cambiamenti climatici. Secondo la comunità scientifica questi fenomeni dovrebbero intensificarsi nei prossimi decenni aggravando ulteriormente la situazione. Per cercare di dare risposte concrete a queste nuove sfide l'UE ha lanciato il **Green Deal Europeo**, una nuova strategia di crescita che sostiene la transizione verso una società equa e prospera, capace di reagire alle sfide legate ai cambiamenti climatici e al degrado ambientale migliorando la qualità della vita delle generazioni presenti e future. Il **Green Deal** è parte integrante della strategia della CE per attuare l'**Agenda 2030** e gli **obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU**. Poiché questa transizione determinerà cambiamenti sostanziali, la partecipazione attiva dei cittadini è fondamentale affinché le politiche possano funzionare e siano accettate. È necessario un nuovo patto che riunisca i cittadini, le autorità nazionali, regionali, locali, la società civile e le imprese, in stretta collaborazione con le istituzioni e gli organi consultivi dell'UE. La partecipazione e l'impegno dei diversi **portatori d'interesse** sono quindi fondamentali per il successo del **Green Deal Europeo**. Se si vuole garantire il successo del **Green Deal** e determinare cambiamenti duraturi, la Commissione deve dare ascolto prioritariamente alle istanze dei cittadini, che sono e dovrebbero rimanere il motore della transizione ecologica. Accanto ai **cittadini e alla società civile** occorre mobilitare altri **key stakeholders** e in particolare: i **governi nazionali**, le **amministrazioni locali** e il **mondo delle imprese**. A distanza di oltre 5 anni dall'**Accordo di Parigi** sui cambiamenti climatici e dall'**Agenda 2030** sullo Sviluppo Sostenibile, non ci si è mossi ancora abbastanza per prevenire cambiamenti climatici che potrebbero essere irreversibili e portare effetti catastrofici. Recenti sondaggi dell'opinione pubblica (**Special Eurobarometer 490** e **501**) effettuati nel 2019 e nel 2020 mostrano che nove europei su dieci vedono il cambiamento climatico come un problema serio e ritengono che la protezione dell'ambiente sia personalmente importante per loro. Le numerose soluzioni delineate nel **Green Deal** possono avere successo solo se progettate in modo socialmente giusto ed equo e se i cittadini, le comunità, le imprese e le organizzazioni fanno la loro parte, insieme alle istituzioni. In questo contesto diventa quindi importante e urgente coinvolgere attivamente questi **stakeholders** e renderli partecipi della sfida rappresentata dal **Green Deal Europeo** in modo che ciascuno si impegni con azioni concrete a favore del clima e con comportamenti improntati alla sostenibilità. Alla luce di questi bisogni, Legambiente attraverso il progetto **CLIMACTION** intende perseguire i seguenti obiettivi specifici:

1. favorire e rafforzare la partecipazione e il contributo della società civile al **Green Deal Europeo**.
2. far conoscere ai diversi portatori d'interesse, *in primis* società civile, amministrazioni pubbliche e imprese, i contenuti delle 2 aree tematiche del **Green Deal Europeo** dedicate rispettivamente al **clima** e all'**energia** e mobilitarli con iniziative concrete.
3. diffondere i contenuti del **Patto Europeo per il Clima** e incentivare l'assunzione di impegni individuali da parte dei cittadini e in particolare dei giovani.
4. contribuire a far conoscere gli obiettivi dell'**Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile** e in particolare gli **obiettivi 7, 11 e 13** dedicati a **Energia Pulita, Città e Comunità Sostenibili e Lotta ai Cambiamenti climatici**.

Il raggiungimento dei suddetti obiettivi verrà garantito da una **campagna di informazione e sensibilizzazione multitarget su** che sarà declinata per i diversi portatori d'interesse. Le attività previste includono azioni di sensibilizzazione, scambio di buone pratiche, seminari formativi, attività di *advocacy*, predisposizione e adozione di codici di condotta, ecoforum,

social hackathon, interventi pilota per la mitigazione dei cambiamenti climatici, etc., come meglio specificato nella descrizione dei *Work Packages*.

B2 – DETAILED DESCRIPTION OF THE WORK PACKAGES
(max 10 pages)

*Each work package (WP) must have a reference and a name and full consistency must be ensured throughout the Application Form. A **maximum of 5 WP** can be described.*

Work Package 1: Azioni preparatorie	
Duration:	M01- M04
Activities & Means	
1.1 Identificazione e mappatura degli stakeholders	
<p>Attraverso questa azione verranno identificati in maniera dettagliata I principali <i>stakeholders</i> che su scala nazionale e locale saranno coinvolti nelle attività previste dal WP2. Durante questa attività, che sarà condotta nei primi 3 mesi di progetto, verrà effettuata una mappatura in cui saranno riportate le diverse tipologie di <i>stakeholders</i> e definito per ciascuno di loro il livello di <i>engagement</i> per le attività previste (es. Informazione, formazione, co-progettazione, implementazione di attività, etc.). Una volta identificati, i vari <i>stakeholders</i> verranno contattati per la stipula di appositi protocolli d'intesa che formalizzeranno il loro coinvolgimento nel progetto. Alcuni <i>stakeholders</i> hanno già manifestato il loro interesse per il progetto e la loro disponibilità a prendere parte attivamente alle iniziative previste, attraverso apposite lettere di supporto (vedi allegato 1).</p>	
1.2 Stesura piano di comunicazione	
<p>Entro i primi 4 mesi del progetto sarà predisposto un Piano di Comunicazione uno strumento necessario per descrivere e pianificare pubblico, strategie, obiettivi, attività e scadenze della comunicazione di progetto. L'obiettivo è avere una pianificazione del messaggio e della modalità di trasmissione del messaggio, che sia in ogni suo aspetto integrata, coerente e coordinata. Il Piano di Comunicazione definirà in particolare: le categorie di destinatari del messaggio; il messaggio da trasferire al pubblico; i mezzi di comunicazione da utilizzare per veicolare il messaggio; la programmazione delle attività di comunicazione; il budget di dettaglio per l'attuazione delle iniziative programmate; il monitoraggio delle attività per misurare l'efficacia degli interventi realizzati. Il Piano verrà predisposto da esperti dell'ufficio comunicazione di Legambiente.</p>	
1.3 Identità visiva e predisposizione di materiali informativi e promozionali (15K costi vivi)	
<p>L'identità visiva del progetto è necessaria per renderlo immediatamente riconoscibile dal pubblico e rendere efficace la comunicazione delle diverse iniziative. Per questo motivo, verrà prodotto un apposito logo in grado di esprimere graficamente le finalità del progetto. Il logo sarà accompagnato da un <i>pay off</i>, un breve testo memorabile e coerente che completerà l'identità visiva del progetto. Unitamente al logo verrà definita la linea grafica degli strumenti e dei materiali di comunicazione che saranno utilizzati nello svolgimento delle diverse attività previste. In particolare, verranno prodotti i seguenti materiali che per minimizzare la <i>carbon footprint</i> saranno realizzati solo in formato digitale:</p> <p>Depliant informativo: si tratta di un opuscolo generale che descrive gli obiettivi e le attività di progetto;</p> <p>Brochure informativa: per permettere di approfondire i contenuti del <i>Green Deal</i>, del <i>Patto Europeo per il Clima</i> e della <i>Strategia per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite</i>, verrà realizzata un'apposita <i>brochure</i> che sarà scaricabile dal sito;</p> <p>Gadget: per promuovere il progetto verranno prodotti 1000 ecogadget di diverso tipo che contribuiranno a far conoscere il progetto e a sviluppare il senso di appartenenza tra i partecipanti. A titolo indicativo si stima di far realizzare articoli quali ad esempio bandiere da utilizzare in occasione degli eventi, magliette, bandane, copricapo, adesivi e oggetti similari. (altri costi diretti 6K)</p> <p>Videoclip: 5 videoclip della durata di 60" saranno creati con il supporto di un'agenzia di comunicazione esterna e saranno diffusi principalmente tramite web e <i>social media</i>. (altri costi diretti 6K)</p> <p>Tutti i materiali sopra descritti oltre al logo del progetto riporteranno anche il logo LIFE. Per tutti i materiali stampati verranno utilizzati carta riciclata e/o inchiostri ecologici (EuPia) e saranno anche realizzati in formato digitale al fine di limitare le copie cartacee e ridurre la <i>carbon footprint</i>. Per limitare la stampa del materiale cartaceo, alcuni materiali potranno essere scaricati in formato digitale direttamente dal sito del progetto</p> <p>Il logo del progetto, la linea grafica dei materiali e la loro produzione saranno realizzati entro i primi 4 mesi del progetto. Tutti i materiali sopra descritti oltre al logo del progetto riporteranno anche il logo LIFE.</p>	
1.4 Formazione degli operatori	
<p>L'implementazione delle diverse attività previste nel WP2 verrà garantita dai CLIMACTION Leader, operatori specializzati che verranno opportunamente formati nei primi 4 mesi di progetto. La formazione verterà sia sui temi del <i>Green Deal</i>, e segnatamente su clima ed energia, del Patto Europeo per il Clima, sia sulle tecniche e sugli strumenti di <i>engagement</i> degli <i>stakeholders</i>. La formazione verrà effettuata a distanza attraverso una serie di 10 webinar. I partecipanti saranno reclutati attraverso un'apposita <i>call to action</i> tra i membri delle 20 Delegazioni Regionali e dei circa 1000 Circoli di Legambiente operanti su tutto il territorio nazionale. I CLIMACTION Leader a loro volta potranno effettuare formazione sul territorio reclutando operatori e volontari appartenenti anche a altre organizzazioni della società civile e a semplici cittadini. Complessivamente saranno formati 100</p>	

CLIMACTION Leader e ulteriori **300 CLIMACTION Operator** che supporteranno quest'ultimi nell'implementazione delle attività a livello locale.

Nello svolgimento delle attività previste in questo WP saranno adottate una serie di misure per ridurre al minimo la *carbon footprint* in linea con quanto previsto dall'art. 19.3 del Regolamento LIFE. A questo proposito si farà riferimento al *toolkit* sul *Green Procurement* predisposto dalla Commissione Europea. Nell'acquisto di servizi e prodotti verranno utilizzate pratiche di *Green Procurement* e laddove possibile saranno utilizzati prodotti a marchio *Ecolabel*. Tutti i materiali informativi saranno realizzati solo in formato digitale che saranno scaricabili dal sito o scansionando *dei bar code*. Per limitare gli spostamenti l'attività di formazione verrà effettuata a distanza.

Expected Results

- Individuazione e coinvolgimento di 100 stakeholders
- Formazione di 100 Climaction Leader cui affidare lo svolgimento delle attività previste
- Formazione di 300 Climaction Operator che supporteranno a livello locale i Climaction Leader.

Deliverables

- | | |
|---|--------------|
| ▪ 50 protocolli d'intesa stipulati con key stakeholders | (31/01/2022) |
| ▪ 1 Mappa degli <i>stakeholders</i> | (30/11/2021) |
| ▪ 1 Data Base degli stakeholders | (31/01/2022) |
| ▪ 1 Piano di Comunicazione | (30/11/2021) |
| ▪ depliant informativo | (31/01/2022) |
| ▪ brochure informativa | (31/01/2022) |
| ▪ 1000 gadget | (31/01/2022) |
| ▪ 5 videoclip | (31/01/2022) |
| ▪ 10 Webinar | (31/01/2022) |

Milestones

- Avvio attività di formazione (01/11/2011)

Expected risks and constraints:

L'implementazione delle attività previste in questo WP non prevede particolari rischi.

Continuation/valorisation of results:

La formazione dei CLIMACTION leader e dei CLIMACTION operators consentirà a Legambiente di proseguire le attività anche dopo la conclusione del progetto. Il personale formato potrà infatti continuare a svolgere la propria azione sia a livello nazionale che su scala locale. Grazie alla stipula dei protocolli d'intesa con i vari portatori d'interesse alcune attività potranno proseguire autonomamente oltre il termine del progetto. Anche i materiali informativi e promozionali realizzati potranno essere utilizzati, in formato cartaceo e digitale, per proseguire le attività di informazione e sensibilizzazione.

To insert additional work packages, copy WP1.

Work Package 2: Campagna di informazione e sensibilizzazione multitarget

Duration: M05- M24

Activities & Means

Nonostante la portata e la gravità dell'emergenza climatica, esistono ancora negazionisti, dubbiosi e persone che esitano a impegnarsi attivamente. È necessario quindi svolgere una capillare azione di alfabetizzazione climatica basata su evidenze scientifiche per combattere la disinformazione, sfatare alcuni miti e rivolgere a tutti un potente invito all'azione. A tale scopo attraverso questo WP verrà implementato un ricco programma di attività mirate a informare, coinvolgere e mobilitare una serie di portatori d'interesse e in particolare giovani, scuole, amministrazioni locali, cittadini e imprese. Per ciascuno di questi **key stakeholders** è previsto un set di attività di seguito dettagliate.

2.1 Campagna informativa per i giovani (M7-M24) **62K di costi vivi**

E' mirata a far conoscere principalmente il **Patto Europeo per il Clima** e a fare in modo che i giovani, oltre a aumentare le loro conoscenze in materia di clima ed energia e ad impegnarsi con l'assunzione di impegni individuali, continuino a fare pressione sull'opinione pubblica e i governi per fare in modo che l'emergenza climatica resti in cima all'agenda politica globale. Si articola nelle seguenti attività:

2.1.1 Carovana per il clima **45K**

Si tratta di un'**iniziativa itinerante** che prevede **15 tappe** in altrettante città italiane (Torino, Milano, Padova, Genova, Firenze, Bologna, Firenze, Perugia, Pescara, Roma, Napoli, Bari, Reggio Calabria, Palermo, Cagliari). In ciascuna tappa si darà vita a un programma di attività di animazione culturale e di divulgazione scientifica che prevede incontri, dibattiti, scambi di esperienze, laboratori, gioco simulazioni, etc...Le attività si svolgeranno preferibilmente all'interno delle città universitarie. Si stima che la carovana per il clima permetta di raggiungere **15 mila persone**.

2.1.2 Climate Blitz **10K**

Per sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza e l'urgenza di assumersi individualmente degli impegni per contrastare l'emergenza climatica, nel corso del progetto verranno organizzati **4 Climate Blitz**. Si tratta di eventi non convenzionali che coinvolgeranno numerosi giovani e che si terranno in occasione della **Giornata mondiale per il Clima** che si celebra annualmente il 24 giugno. Gli eventi, cui si prevede la partecipazione di **200 persone**, prevedono azioni di guerriglia gardening piuttosto che lo svolgimento di flashmobs. Si terranno in grandi centri urbani e saranno l'occasione per coinvolgere anche i media.

2.1.3 Green Job & Orienta **3K**

Per orientare i giovani verso le nuove professioni verdi collegate in particolare al settore delle energie rinnovabili e avvicinarli al mondo della *green economy* e dell'imprenditoria, a partire dal secondo anno di progetto verrà avviato un programma denominato **Green Job & Orienta**. Si tratta di un ciclo di **3 incontri** in cui esperti di *green jobs* e di orientamento professionale ed imprenditori incontreranno i giovani per illustrare le competenze necessarie, gli studi e le possibilità di impiego e le figure maggiorate richieste in questo settore. Complessivamente si prevede che ai 3 incontri partecipino complessivamente **150 persone**.

2.1.4 Young Climate Hackathon **4K**

Legambiente inviterà i giovani a partecipare allo **Young Climate Hackathon**. Si tratta di una maratona di co-progettazione in cui ragazze e ragazzi guidati da esperti, tecnici e ricercatori, avranno la possibilità di proporre idee e soluzioni pratiche per rendere la città ancor più sostenibile e inclusiva. L'iniziativa, che si svolgerà in via sperimentale a Milano in occasione dell'edizione 2022 e 2023 del **Climate Fest**, si propone di aiutare la città a individuare le sfide per arginare gli effetti del clima che cambia stimolando la partecipazione dei cittadini, chiamati a risolverle con le proprie idee, L'evento si svolgerà nell'arco di una giornata e alternerà momenti di brainstorming, progettazione vera e propria e formazione.

2.2 Campagna informativa per le scuole (M8-M21) **15K**

Questa attività indirizzata alle scuole (studenti e insegnanti) si propone di promuovere l'alfabetizzazione climatica e ambientale e a far sì che la scienza e l'urgenza della crisi climatica influiscano sulla nostra vita quotidiana, sulla politica e sull'economia.

2.2.1 Per le scuole primarie e secondarie di 1° grado verrà lanciato su scala nazionale un **percorso di educazione ambientale denominato SoS Clima** centrato sui temi dei cambiamenti climatici e dell'energia pulita. All'inizio dell'anno scolastico 2022/2023 sarà organizzato un **webinar** per la presentazione dell'iniziativa a dirigenti scolastici, insegnanti, studenti e famiglie. Le scuole che aderiranno riceveranno un **edukit digitale** contenente materiale informativo e documentale che consentirà alle classi di avviare un percorso didattico educativo su questi temi. I partecipanti saranno invitati a realizzare dei brevi spot video che invitano i cittadini ad attivarsi concretamente a favore del clima. I migliori spot prodotti saranno pubblicati sui canali social e verranno premiati con dei **gadget** appositamente realizzati. Le scuole saranno inoltre invitate a dar vita, in occasione della **Giornata Mondiale della Terra** che si celebra il 22 aprile di ogni anno, a piccoli **eventi** sul tema dei cambiamenti climatici, quali ad esempio mostre, rappresentazioni teatrali, incontri, dibattiti, etc. in cui coinvolgere le comunità locali. All'iniziativa si stima possano partecipare **10 mila studenti e 1000 insegnanti. (8K)**

2.2.2 Per le scuole secondarie di secondo grado sono previsti **5 webinar tematici** sui cambiamenti climatici in cui grazie all'aiuto di esperti divulgatori scientifici verranno illustrati gli effetti dei cambiamenti climatici e presentate le iniziative intraprese a livello europeo e internazionale per contrastare i cambiamenti climatici (Patto Europeo per il Clima, Agenda 2030, etc.). A questi seminari si stima possano partecipare complessivamente **1000 studenti. (4K)**

2.2.3 Per permettere agli insegnanti di svolgere efficacemente un'azione di alfabetizzazione climatica dei propri allievi attraverso appositi percorsi didattico-educativi, verranno svolti **3 corsi di formazione** riservati al personale docente. I corsi, che saranno anche l'occasione per presentare i contenuti del Patto Europeo per il Clima, verranno effettuati a distanza in modo da facilitare sia la partecipazione di un maggior numero di persone sia la riduzione della *carbon footprint*. Si ritiene che ai 3 corsi partecipino

complessivamente **100 insegnanti**. La formazione degli insegnanti consentirà loro di proseguire questa attività anche dopo la conclusione del progetto garantendone la sostenibilità nel tempo. **(3K)**

2.3 Campagna informativa per le amministrazioni locali (M5-M24) 5K

Per rafforzare le capacità di resilienza delle nostre città di fronte alle minacce climatiche e sanitarie c'è necessità di rafforzare l'impegno delle autorità locali e regionali che sono chiamate a dar vita ad iniziative in grado di favorire sia l'adattamento ai cambiamenti climatici che la mitigazione dei loro effetti. Soprattutto nelle aree urbane c'è l'esigenza di creare nuovi spazi verdi e piantumare alberi in grado di assorbire le emissioni e ridurre le temperature. A questo proposito, a partire dal sesto mese di progetto, saranno svolte una serie di iniziative che prevedono:

2.3.1 La realizzazione di **10 seminari formativi** per il rafforzamento *capacity building* delle amministrazioni locali in materia di clima ed energia. Scopo di questi seminari rivolti ai sindaci e alle autorità locali e regionali è quello di fornire informazioni attingendo alle risorse, alle reti e alle piattaforme già esistenti come ad esempio il **Patto dei Sindaci per il Clima e l'energia**, l'*European Green Capital*, il *Green Leaf Networks*, il *Green City Tool* e il *Green City Accord*. Si stima che complessivamente possano partecipare ai seminari **200 persone**. **(3K)**

2.3.2 La predisposizione e la diffusione di un **manuale sulle buone pratiche** che presenta iniziative di successo già realizzate in Italia e all'estero in materia di clima ed energia pulita. Per limitare la carbon footprint e contenere i costi, il manuale verrà stampato solo in versione digitale e potrà essere scaricato direttamente dal sito. **(2K)**

2.3.3 L'organizzazione di **10 eventi per la piantumazione di alberi** in altrettante aree urbane. Gli eventi si svolgeranno in occasione della **Giornata Nazionale dell'Albero** che si celebra il 21 novembre di ogni anno. Si stima che in occasione delle piantumazioni verranno piantati almeno **10 mila alberi** grazie alla sinergia con il progetto **LIFE Terra** (LIFE19 CCM/NL/001200) di cui Legambiente è beneficiario associato. **Costo a carico life terra**

2.4 Campagna informativa per i cittadini (M7-M24) 45K spese vive

Il settore edilizio è tra i maggiori responsabili delle emissioni climalteranti, e in Italia non solo la maggior parte degli edifici è stata realizzata prima di qualsiasi norma in tema energetico ma è anche alimentata da sistemi di riscaldamento a fonti fossili, che portano le bollette per riscaldamento e acqua calda sanitaria ad una spesa ingente per le famiglie, e sulla quale è possibile agire solo intervenendo sul patrimonio edilizio con opere di riqualificazione in grado di ridurre sprechi, inefficienze, costi e gas climalteranti, contribuendo in maniera determinante alla lotta contro l'emergenza climatica. Per questo motivo si prevede di realizzare una **campagna informativa** sul tema dell'efficienza energetica in edilizia, in grado di parlare a cittadini, amministratori di condominio, Amministrazioni locali e progettisti e fornire loro tutte le informazioni e gli strumenti esistenti in tema di efficientamento e produzione da fonti rinnovabili: a partire dal superbonus, all'ecobonus, al conto termico, e alla possibilità introdotta con la Legge Mille proroghe del 2019 di costituire comunità energetiche. La campagna informativa si articola come segue:

2.4.1 Sportelli energia: in 6 Regioni italiane (Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia Romagna, Liguria, Campania, Puglia, Molise, Sicilia, Sardegna) saranno attivati altrettanti **sportelli informativi** con lo scopo di fornire a cittadini, ma anche ad amministratori condominiali, enti locali, progettisti quante più informazioni possibili e strumenti non solo in tema di efficienza energetica, ma anche di **comunità energetiche** e autoconsumo collettivo fornendo agli stakeholder interessati capacità e conoscenze in grado di orientare i consumatori verso l'acquisto, le spese e gli investimenti che vanno nella direzione di una produzione energetica pulita e sostenibile. Questa attività permetterà di raggiungere **XX mila persone** (personale da caricare sui regionali **(40.5 K assistenza esterna.....o diminuiamo regioni)**)

2.4.2 Analisi consumi energetici: tutti gli sportelli energia saranno dotati di **2 kit di monitoraggio**, in grado di analizzare i consumi dei principali elettrodomestici nelle case delle famiglie. I kit verranno utilizzati dagli sportelli energia per monitorare i consumi di almeno 10 famiglie l'anno, con l'obiettivo di acquisire informazioni statistiche complessive in grado di contribuire al lavoro informativo dello sportello, ma anche di restituire alle famiglie che ne faranno richiesta il quadro delle criticità nei consumi elettrici, e possibili soluzioni oltre che i vantaggi ambientali ed economici. Complessivamente nel corso del progetto saranno coinvolte **XXZZ famiglie e YY condomini**. **(4.5 k per kit)**

2.4.3 Energy webinar e infodays: questa attività prevede lo svolgimento di **XX seminari formativi** indirizzati ad amministratori di condominio e progettisti focalizzati sui temi dell'efficienza e del risparmio energetico e sulla produzione di energia da fonti rinnovabili. I seminari formativi saranno anche l'occasione per illustrare le normative e gli incentivi previsti dalla normativa italiana. Per i cittadini è invece previsto un ciclo di **XX infodays** che avranno un taglio meno tecnico e più informativo. Per consentire la più ampia partecipazione del pubblico e ridurre l'impronta ecologica di questa attività, i seminari verranno effettuati a distanza attraverso l'utilizzo di apposite piattaforme. Ai seminari si stima possano partecipare complessivamente **XX persone di cui YY cittadini, ZZ amministratori e WW professionisti**.

2.4.4 Guida pratica all'energia pulita: per favorire l'autoproduzione di energia proveniente da fonti rinnovabili, migliorare l'efficienza energetica delle abitazioni, promuovere lo sviluppo di comunità energetiche e aumentare le conoscenze dei cittadini in materia di clima verrà realizzata e diffusa una **guida pratica all'energia pulita** che sarà fatta conoscere attraverso gli sportelli energia, in occasione dei *webinar* formativi e degli *infodays*. Per ridurre la *carbon footprint* la guida sarà realizzata solo in formato digitale e scaricabile dal sito o scansionando un apposito *bar code*.

Nel corso delle diverse iniziative previste per i cittadini sarà anche effettuata un'attività di **data collection** per la raccolta di informazioni quantitative e qualitative in materia di efficienza energetica, consumi, utilizzo di energie rinnovabili, etc.. I dati raccolti saranno utilizzati per.....La raccolta di dati avverrà attraverso diverse metodologie quali ad esempio la compilazione di questionari on line, interviste, etc.

2.5 Campagna informativa per le imprese (M6-M24) 10K spese vive

Obiettivo di questa iniziativa è invitare il mondo delle imprese a fare bene, facendo del bene. Ciò significa mettere la sostenibilità al centro della loro strategia e delle loro attività, concentrandosi sui benefici a lungo termine per tutti, invece che sui dividendi a breve termine per pochi, aiutando i governi a garantire che i mercati forniscano incentivi economici per ridurre i danni all'ambiente e al clima e sfruttando il loro potere innovativo per sviluppare soluzioni alle sfide globali. Anche in questo caso l'obiettivo è quello di stimolare l'assunzione di impegni concreti. La campagna prevede la realizzazione delle seguenti attività:

2.5.1 Realizzazione di **3 Climathon** dedicati al **Green Deal** e focalizzati in particolare sugli obiettivi 7, 11 e 13 dell'**Agenda 2030** dedicati rispettivamente a Energia Pulita, Città e Comunità Sostenibili e Lotta ai Cambiamenti climatici. Si tratta di **Social Hackathon** in cui le imprese di vari comparti si confronteranno per proporre idee in grado di aiutare le imprese a individuare le soluzioni che possono adottare per arginare l'emergenza climatica. Si stima che ai **3 Climathon** possano partecipare complessivamente **30 imprese. 6K**

2.5.2 Elaborazione e adozione di un **codice di condotta** volontario che intende rafforzare il contributo delle imprese alla risoluzione dell'emergenza climatica e migliorare al contempo la sostenibilità ambientale del settore produttivo evitando o quanto meno limitando gli impatti negativi causati. Il codice di condotta, predisposto attraverso un percorso partecipato, sarà adottato entro la fine del progetto da almeno **50 imprese. 2K**

2.5.3 Per inventare le imprese ad assumersi sempre maggiori impegni per contrastare l'emergenza climatica, verrà lanciato il **Premio Aziende Amiche del Clima**. Si tratta di un riconoscimento annuale, previsto per aziende operanti in vari settori produttivi, destinato a tutte quelle innovazioni di prodotto, di processo, di servizio, tecnologiche, gestionali e sociali, che dimostrano di contribuire a significative riduzioni degli impatti ambientali, a considerevoli rafforzamenti della resilienza agli effetti del cambiamento climatico e che si segnalano per originalità, replicabilità e potenzialità di sviluppo. Il premio verrà consegnato alle aziende vincitrici in occasione di un'apposita cerimonia che si terrà nell'ambito del Premio Innovazione di Legambiente. **2K**

2.5.4 Per onorare gli impegni assunti nell'Accordo di Parigi e perseguire l'obiettivo della neutralità climatica al 2050 sono necessari interventi urgenti e cospicui investimenti, attraverso collaborazioni pubblico-privato. L'**International Panel on Climate Change (IPCC)** ha stimato che tra il 2016 e il 2050 **occorrerà investire in media 830 miliardi di dollari all'anno in più** rispetto agli attuali volumi per iniziative in ambito energetico, al fine di **diminuire del 45% le emissioni nocive entro il 2030** e raggiungere l'obiettivo di **zero emissioni nel 2050**. Per questo motivo è urgente **orientare le risorse finanziarie verso la transizione a un modello economico a basse emissioni**. Gli investitori devono quindi analizzare dati e **informazioni ESG** (environmental, social, governance, cioè ambientali, sociali e di buona gestione aziendale), come il livello di esposizione ai rischi legati al cambiamento climatico o la tipologia e l'intensità degli impatti delle attività aziendali sull'ambiente. Per orientare gli investimenti privati verso la finanza sostenibile che contribuiscono concretamente allo sviluppo sostenibile, alla transizione energetica e al contrasto ai cambiamenti climatici, saranno organizzati **4 webinar formativi** destinati a *broker* e intermediari finanziari. Si stima che a questi eventi, che saranno organizzati a partire dal secondo anno di progetto, parteciperanno 80 persone.

Per onorare gli impegni assunti nell'Accordo di Parigi e perseguire l'obiettivo della neutralità climatica al 2050 sono necessari interventi urgenti e cospicui investimenti, attraverso collaborazioni pubblico-privato. **Occorre quindi orientare le risorse finanziarie verso la transizione a un modello economico a basse emissioni**. Gli investitori devono quindi analizzare dati e informazioni ESG (environmental, social, governance, cioè ambientali, sociali e di buona gestione aziendale), come il livello di esposizione ai rischi legati al cambiamento climatico o la tipologia e l'intensità degli impatti delle attività aziendali sull'ambiente.

Nello svolgimento delle attività previste in questo WP saranno adottate una serie di misure per ridurre al minimo la *carbon footprint* in linea con quanto previsto dall'art. 19.3 del Regolamento LIFE. A questo proposito si farà riferimento al *toolkit* sul *Green Procurement* predisposto dalla Commissione Europea. Nell'acquisto di servizi e prodotti verranno utilizzate pratiche di *Green Procurement* che prevedono criteri ambientali minimi e laddove possibile saranno utilizzati prodotti a marchio *Ecolabel*. Tutti i materiali saranno realizzati solo in formato digitale. Per le attività di formazione saranno utilizzati *tool* che consentono la didattica

a distanza. Per le trasferte si privilegeranno laddove possibili mezzi di trasporto pubblico e comunque si utilizzerà il mezzo di trasporto più ecologico.

Expected Results

- Maggiore conoscenza e consapevolezza sul tema dei cambiamenti climatici e dell'energia pulita tra i diversi portatori d'interesse;
- Assunzione di impegni individuali da parte di cittadini, amministrazioni, imprese a favore del clima;
- Rafforzamento della capacity building in materia di clima delle amministrazioni locali;
- 15 mila giovani raggiunti attraverso la Carovana per il Clima;
- 200 giovani coinvolti nei 4 Climate Blitz;
- 150 giovani formati attraverso l'iniziativa Green Job Orienta;
- 10 mila studenti e 1000 insegnanti coinvolti nell'iniziativa SoS Clima;
- 1000 studenti delle scuole secondarie di secondo grado coinvolti nei 4 seminari formativi;
- 100 insegnanti formati attraverso 3 corsi di formazione;
- 200 amministratori locali formati e sensibilizzati;
- 50 imprese adottano il codice di condotta;
- 100 rappresentanti di imprese partecipano ai Climathon;
- 80 broker finanziari partecipano ai webinar formativi
- **XX cittadini raggiunti attraverso 6 sportelli energia;**
- **XX cittadini informati e sensibilizzati attraverso XX Infodays;**
- **XX amministratori di condominio e YY progettisti formati e aggiornati attraverso XX seminari formativi;**

Deliverables

- *Edukit* 31-08-2022
- *Manuale buone pratiche per amministratori locali* 30-04-2022
- *Codice di condotta* 31-03-2023

Milestones

- Avvio carovana per il clima 01-12-2021
- Avvio Climate Blitz 01-12-2021
- Avvio Green Job & Orienta 01-12-2021
- Avvio Young Climate Hackathon 01-12-2021
- Avvio campagna SoS Clima 01-12-2021
- Avvio Seminari tematici per le scuole 01-12-2021
- Avvio corsi di formazione per insegnanti 01-12-2021
- Avvio seminari formative per amministratori locali 01-12-2021
- Lancio conferenze divulgative per i cittadini 01-12-2021
- Attivazione sportelli informative su risparmio energetico 01-12-2021
- Avvio Climathon 01-12-2021

Expected risks and constraints:

1. Scarsa partecipazione del pubblico: bassa

CLIMACTION assegna un ruolo importante alla partecipazione e al coinvolgimento del pubblico nelle diverse iniziative programmate in questo WP. Il rischio di una scarsa partecipazione e coinvolgimento nelle attività previste è tuttavia mitigato dalle numerose esperienze già condotte con successo da Legambiente con questi portatori d'interesse con cui esistono già dei consolidati rapporti di collaborazione sia a livello nazionale che a livello locale grazie anche al forte radicamento dell'associazione sul territorio. Per mitigare ulteriormente questo rischio sono stati già avviati in questa fase dei rapporti preliminari con una serie di portatori d'interesse che hanno già espresso il loro interesse e la loro disponibilità a prendere parte al progetto attraverso apposite lettere di supporto (vedi allegato 1).

2. Ritardo nell'implementazione delle attività: Basso

Per evitare che eventuali ritardi nell'avvio e/o completamento delle attività possano avere delle ripercussioni su altre azioni di progetto, è stato considerato un periodo di buffer di 3 mesi in grado di assorbire ritardi imprevisti.

3. Rischi di imprevisti: Medio

Per far fronte a problemi imprevedibili derivanti da fattori esterni ed interni, un periodo di buffer di 3 mesi è stato considerato come misura precauzionale. Questo periodo rende possibile gestire rischi imprevisti. Qualora il problema della pandemia dovesse perdurare alcune attività potranno comunque essere svolte a distanza utilizzando piattaforme web per conferenze e riunioni come zoom, gotomeeting, teams, ecc.

Continuation/valorisation of results:

La sostenibilità a lungo termine del progetto e in particolare delle attività nescritte in questo WP sarà assicurata da Legambiente attraverso varie modalità e in particolare tramite:

1. il **personale e la strutture operative** locali dell'associazione che metterà a disposizione anche i propri canali e strumenti di comunicazione per favorire la disseminazione dei risultati.
2. **fondi ordinari** derivanti dalle quote associative di cui Legambiente dispone per lo svolgimento delle proprie attività istituzionali.
3. **fondi nazionali** destinati agli Enti del Terzo Settore (ETS) rappresentati da associazioni di promozione sociale e associazioni di volontariato. Tali fondi vengono erogati dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali in occasioni di bandi annuali dietro la presentazione di specifiche progettualità che possono riguardare diversi ambiti di intervento tra cui la tutela e la valorizzazione dell'ambiente. A questi fondi si possono aggiungere altri fondi messi a disposizione dal Ministero della Transizione Ecologica, dal Ministero dell'Istruzione, dal Ministero della Ricerca, dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali piuttosto che dalla single regioni.
4. **fondi europei** del nuovo ciclo di programmazione 2021-2027 cui si può attingere grazie alla predisposizione di nuovi progetti finanziabili attraverso programmi quali LIFE, Horizon Europe, Erasmus e Cosme e tramite bandi destinati la cooperazione territoriale sia bilaterale che multilaterale.
5. fondi erogati, direttamente o tramite appositi bandi, da **fondazioni eroganti pubbliche e private** a livello nazionale e internazionale per la tutela dell'ambiente e del clima. Tra quelle di rilevanza internazionale ricordiamo la Fondazione Principe Alberto II di Monaco, la Fondazione Mava e altre ancora; tra quelle italiane ci sono Enel Foundation, Fondazione con il Sud, Nando Peretti Foundation e molte altre attive su scala locale che possono finanziare interventi sul territorio in cui operano;
6. **sponsorizzazioni e donazioni** da parte di imprese impegnate con iniziative di **Corporate Social Responsibility** a favore del clima e della transizione energetica;
7. **raccolta fondi** attraverso iniziative di **Cause Related Marketing** con aziende private che possono destinare una percentuale dei ricavi derivanti dalla vendita di un loro prodotto o di un servizio ad un progetto o un'altra iniziativa a favore del clima;
8. **finanziamenti collettivi** per iniziative specifiche raccolti tramite il **donation crowdfunding**. A questo proposito Legambiente potrà fare ricorso a una delle tante piattaforme collaborative (Eppela, Crowdfunding, CrowdfundMe, Ecomill) che sono state sviluppate negli ultimi anni e che hanno consentito di incrementare notevolmente questo tipo di raccolta fondi per progetti a favore dell'ambiente e del clima.

Work Package 3: Attività di comunicazione

Duration: M01 - M24

Activities & Means

Questa azione si rende necessaria per far conoscere al grande pubblico e ai diversi portatori di interesse gli obiettivi, le finalità e i risultati del progetto attraverso una strategia *cross mediale* che prevede:

3.1 Media relations

Le attività progettuali saranno accompagnate sin dall'inizio da una intensa attività di ufficio stampa con lo scopo di far diffondere al grande pubblico i contenuti e le finalità del progetto LIFE CLIMACTION attraverso i media. L'attività prevede:

- **evento stampa** iniziale e finale (autunno 2021 - estate 2023);
- invio periodico di **comunicati stampa**; nel corso del progetto si prevede l'invio di 30 comunicati stampa su scala nazionale/regionale/locale;

- realizzazione di un **press kit digitale** per giornalisti. Il kit, che conterrà informazioni sul progetto, materiale video e fotografico, loghi del progetto, infografiche, etc. Sarà distribuito via mail ai giornalisti per facilitare la realizzazione di articoli/interviste/news dedicate al progetto; sarà inoltre scaricabile dal sito web.
- Organizzazione di un **Press tour** per giornalisti in concomitanza con una delle iniziative realizzate nell'ambito del WP2;
- predisposizione di **rassegna stampa** periodica con la raccolta degli articoli/news/passaggi radiotelevisivi dedicati al progetto.

3.2 Social media (prevedere 10K per acquisto spazi pubblicitari)

Entro 2 mesi dall'inizio del progetto verrà avviata un'attività di informazione e promozione attraverso i **social media**. A questo proposito saranno attivati profili **social** su *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* per far conoscere i contenuti del progetto, raccontare le diverse iniziative in programma e favorire la conoscenza di tematiche relative al clima e alla transizione energetica. Per raggiungere i più giovani verrà utilizzato in via sperimentale anche *Tik Tok*. I canali social verranno utilizzati anche per lanciare periodicamente le **climate challenge**. Si tratta di sfide che verranno lanciate sui **social** allo scopo di essere diffuse e diventare virali. Le azioni di vario tipo oggetto della sfida verranno fotografate o filmate, si inviteranno a taggare amici e conoscenti e a pubblicare sui vari canali **social** per dare il via a un'azione virale. Le sfide avranno l'obiettivo di stimolare azioni a favore del clima e comportamenti responsabili. Per raggiungere un elevato numero di utenti alcuni contenuti saranno sponsorizzati attraverso un'attività di **advertising**.

3.3 Website (prevedere 5k)

Entro i primi 3 mesi del progetto verrà creato un **sito Web** che avrà una duplice funzione: da un lato descriverà gli obiettivi, le azioni e i progressi del progetto permettendo agli utenti di documentarsi sulle diverse attività; dall'altro costituirà un **knowledge hub** in materia di cambiamenti climatici consentendo di svolgere un'efficace opera di alfabetizzazione su questi argomenti contribuendo a contrastare il negazionismo e la disinformazione. Il sito sarà integrato con i principali **social network**. Il sito si propone di far conoscere e diffondere i temi del **Green Deal Europeo** e promuovere il **Patto Europeo per il Clima** e l'**Agenda 2030** delle Nazioni Unite. Si prevede di ottenere almeno **3.000 accessi** unici al sito entro la fine del progetto.

Nello svolgimento delle attività previste in questo WP saranno adottate una serie di misure per ridurre al minimo la **carbon footprint** in linea con quanto previsto dall'art. 19.3 del Regolamento LIFE. A questo proposito si farà riferimento al **toolkit** sul **Green Procurement** predisposto dalla Commissione Europea. Nell'acquisto di servizi e prodotti verranno utilizzate pratiche di **Green Procurement** che prevedono criteri ambientali minimi e laddove possibile saranno utilizzati prodotti a marchio **Ecolabel**. Tutti i materiali informativi saranno realizzati solo in formato digital e potranno essere scaricati dal sito o scansionando degli appositi codici a barre. Per limitare gli spostamenti saranno utilizzati **tool** che consentono la comunicazione a distanza. In caso di trasferta saranno utilizzati laddove possibile i trasporti pubblici e comunque si sceglieranno le modalità di trasporto più ecologiche. Verranno utilizzati hotel e servizi di ristorazione che applicano politiche verdi.

Expected Results

- Maggiore conoscenza del **Green Deal Europeo** e dei problemi legati all'emergenza climatica grazie alla comunicazione sui **media**;
- **2 milioni di persone** informate attraverso le attività di **media relations**;
- **20 mila persone** raggiunte attraverso i **social media**;
- **3 mila persone** raggiunte attraverso il **sito web**;
- Pubblicazione di **1000 post** sui **social media**;
- Predisposizione e invio di **30 comunicati stampa**;
- Pubblicazione di **300 notizie/articoli** dedicati al progetto.

Deliverables

- | | |
|-------------------------------------|------------|
| ▪ Press kit | 31-12-2021 |
| ▪ Rassegna stampa conclusiva | 30-09-2023 |

Milestones

- | | |
|----------------------------------|------------|
| ▪ Release sito web | 31-12-2021 |
| ▪ Apertura profili social | 30-11-2021 |
| ▪ Evento stampa iniziale | 30-11-2021 |
| ▪ Press tour | 30-06-2022 |

▪ Evento stampa finale	30-09-2023
Expected risks and constraints:	
<p>1. Scarso interesse da parte dei media: bassa</p> <p>La possibilità che il progetto LIFE CLIMACTION non riceva la dovuta attenzione sui diversi media è abbastanza remota. L'emergenza climatica e più in generale il Green Deal Europeo sono infatti un argomento di grande attualità e per questo motivo le notizie riguardanti questi temi hanno buone possibilità di essere pubblicate. In aggiunta l'impiego di un press officer e di un social media manager consentiranno di svolgere un'azione continuativa ed efficace. La Legambiente, grazie ai risultati ottenuti in oltre 40 anni di attività, gode di una buona reputazione di credibilità nel mondo dell'informazione e questo aiuterà certamente la diffusione di notizie riguardanti il progetto. In aggiunta alcune testate giornalistiche hanno già manifestato attraverso apposite lettere di supporto il loro interesse a far conoscere i contenuti e le attività di progetto (vedi allegato 2).</p>	
Continuation/valorisation of results:	
<p>Le attività di comunicazione accompagneranno alcune iniziative, e in particolare quelle previste nel WP2, cui la Legambiente garantirà il proseguimento anche dopo la conclusione del progetto come previsto dall'After Life Plan. Il sito web verrà mantenuto attivo e aggiornato periodicamente e proseguiranno le attività di media relation. Anche i profili social verranno mantenuti attivi e saranno utilizzati per continuare a promuovere le attività che proseguiranno anche dopo la fine del LIFE CLIMACTION.</p>	
Work Package 4: Disseminazione, networking e replicabilità	
Duration:	M6 - M24
Activities & Means	
<p>La disseminazione dei risultati, lo scambio di esperienze e buone pratiche così come il trasferimento delle lezioni apprese per favorire la replicabilità di talune attività sono un aspetto importante del progetto. Per questo motivo questo WP prevede l'implementazione delle seguenti attività.</p>	
4.1 Attività di disseminazione	
<p>Durante il progetto, Legambiente svolgerà un'intensa attività di disseminazione attraverso la partecipazione a congressi, seminari, conferenze e altri eventi nazionali ed europei, incentrati sui cambiamenti climatici e la transizione energetica e più in generale sullo sviluppo sostenibile. Durante questi eventi verranno presentati presentate azioni e risultati conseguiti attraverso appositi poster o comunicazioni orali. Si prevede di partecipare ad almeno 4 eventi di cui 3 in Italia e 1 in Europa. Queste attività saranno svolte a partire dal sesto mese del progetto. Nell'ultimo trimestre del progetto verrà organizzato un convegno di rilevanza nazionale dove verranno presentati i risultati del progetto. La <i>location</i> del convegno, cui si stima parteciperanno 100 persone, sarà verosimilmente Roma o Milano. Qualora, per il perdurare della pandemia, non fosse ancora possibile organizzare l'evento in presenza verrà organizzata un'apposita <i>web conference</i>. (2K travel)</p>	
4.2 Networking	
<p>Il networking con altri progetti sarà uno strumento fondamentale per lo sviluppo della strategia di replicabilità del progetto LIFE CLIMACTION. Si porrà l'accento sul networking con gruppi di lavoro e altri progetti LIFE e non LIFE riguardanti i cambiamenti climatici e la transizione ecologica attualmente in fase di attuazione o già completati, per analizzare le soluzioni applicate e i risultati ottenuti in altre aree geografiche del nostro Paese e in altri stati europei. A questo proposito verranno avviate attività di networking con almeno 10 progetti LIFE e non LIFE. Alcuni dei progetti LIFE che saranno presi in considerazione nello sviluppo di questa azione sono:</p>	
Inserire elenco:	
4.3 Replicabilità	
<p>Al fine di facilitare lo scambio di esperienze e di buone pratiche e favorire laddove possibile l'<i>upscaling</i> e la trasferibilità del progetto, entro la fine del progetto verrà predisposta una Strategia di Replicabilità il cui obiettivo principale sarà il trasferimento dei risultati ottenuti dal progetto, dei problemi incontrati e delle lezioni apprese. L'obiettivo di questa strategia è creare un effetto moltiplicatore dell'impatto del progetto, proponendo il modello e le soluzioni sviluppate attraverso il progetto LIFE CLIMACTION, a un ampio spettro di rilevanti <i>stakeholders</i> che si occupano di tematiche ambientali e in particolare di clima ed energia. Lo sviluppo di un'attività di networking con gruppi di lavoro e progetti simili sarà uno degli elementi fondamentali per spingere il trasferimento</p>	

dei risultati e delle soluzioni adottate e promuoverne la replicazione in altre aree. Saranno utilizzati materiali prodotti per i diversi *stakeholders* nell'ambito del progetto e in particolare nel WP2 delle diverse azioni del progetto, in particolare il manuale sulle buone pratiche, l'*edukit* e il codice di condotta. Per favorire la replicabilità, oltre alle attività di networking, negli ultimi 6 mesi di progetto saranno implementate attività specifiche che includono:

4.3.1 la stesura e la diffusione di un **manuale per la replicabilità** che illustrerà come le iniziative del LIFE CLIMACTION possono essere replicate/trasferite ad altre aree geografiche e in particolare in quei paesi/città in cui è maggiormente necessario stimolare cittadini, istituzioni, società civile e imprese ad avviare azioni concrete in grado di contrastare l'emergenza climatica e favorire la transizione ecologica. Il manuale, che sarà prodotto solo in formato digitale e tradotto in inglese, verrà distribuito durante e dopo il progetto.

4.3.2 la realizzazione di 2 **panel meetings** destinati alle associazioni ambientaliste e alle organizzazioni del privato sociale impegnate sul *green deal europeo* pensati per favorire la replicabilità e la trasferibilità di interventi realizzati con successo in diversi ambiti del progetto. 1 panel meeting sarà organizzato per organizzazioni operanti in Italia grazie alla collaborazione del **Forum del Terzo Settore**; il secondo panel meeting sarà rivolto a organizzazioni operanti in Europa e sarà organizzato in collaborazione con l'**European Environmental Bureau**. A questi eventi si stima possano partecipare complessivamente **50 persone**.

Indicazioni su come facilitare la replicabilità del progetto dopo la sua conclusione saranno anche incluse in un capitolo specifico dell'*After Life Plan*.

Nello svolgimento delle attività previste in questo WP saranno adottate una serie di misure per ridurre al minimo la *carbon footprint* in linea con quanto previsto dall'art. 19.3 del Regolamento LIFE. A questo proposito si farà riferimento al *toolkit* sul *Green Procurement* predisposto dalla Commissione Europea. Nell'acquisto di servizi e prodotti verranno utilizzate pratiche di *Green Procurement* che prevedono criteri ambientali minimi e laddove possibile saranno utilizzati prodotti a marchio *Ecolabel*. Tutti i materiali informativi saranno realizzati solo in formato digitale e potranno essere scaricati dal sito o scansionando degli appositi codici a barre. Per limitare gli spostamenti saranno utilizzate modalità di comunicazione a distanza. In caso di trasferta saranno utilizzati laddove possibile i trasporti pubblici e comunque si sceglieranno le modalità di trasporto più ecologiche. Verranno utilizzati hotel e servizi di ristorazione che applicano politiche verdi.

Expected Results	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disseminazione dei risultati e trasferimento delle lezioni apprese; ▪ Scambio di esperienze e di buone pratiche con beneficiari e partner di altri 10 progetti LIFE e non LIFE; ▪ Coinvolgimento di 50 persone di organizzazioni italiane ed europee nelle attività di replicabilità; 	
Deliverables	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategia per la replicabilità 	30-09-2023
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manuale per la replicabilità 	30-09-2023
Milestones	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Milestones are control points in the project that help to chart progress. Use them only for major outputs.</i> ▪ Avvio attività di networking 01-04-2022 ▪ Avvio attività di disseminazione 01-04-2022 ▪ Convegno conclusivo 15-03-2023 ▪ Avvio attività di replicabilità 01-04-2023 	
Expected risks and constraints:	
<p>1. Scarso interesse per la replicabilità: medio</p> <p>Uno dei rischi potrebbe essere rappresentato dallo scarso interesse a replicare in altri contesti quanto realizzato attraverso il progetto CLIMACTION. Per mitigare questo rischio la Legambiente si è preventivamente attivata in questa fase contattando alcuni network che hanno manifestato il loro interesse a diffondere tra i propri associati/aderenti le lezioni apprese con il progetto. L'interesse, che è stato formalizzato attraverso apposite lettere di supporto, è stato espresso per l'Italia dal Forum del Terzo Settore e dal Movimento Friday For Future e per l'Europa da prestigiose organizzazioni come lo European Environmental Bureau, l'Alliance e il CCIVS.</p>	

Continuation/valorisation of results:

La disseminazione, il networking e la replicabilità proseguiranno anche dopo la conclusione del progetto attraverso l'impegno del personale, dei collaboratori e dei volontari dell'associazione che operano sia a livello nazionale che a livello locale attraverso le 20 Delegazioni Regionali e i circa 1000 circoli.

Work Package 5: Project management e monitoraggio

Duration: M1- M24

Activities & Means

5.1 Gestione generale del progetto

Al fine di garantire una gestione efficace ed efficiente, verrà creata una solida struttura di coordinamento che prevede un **Comitato Direttivo** che sarà istituito entro un mese dall'inizio del progetto e sarà presieduto dal **Project Manager** e composto dal **Financial Manager**, da un **Responsabile Scientifico**, da un **Communication Manager**, da un **Coordinatore di Progetto** e da un **Monitoring Officer**. Il Comitato Direttivo, che si riunirà ogni 2 mesi, avrà il compito di:

- stabilire la pianificazione delle azioni in coerenza con le politiche e le strategie relative al Green Deal Europeo
- verificare l'avanzamento delle attività, sia dal punto di vista tecnico che amministrativo

Il **Project Manager** supervisionerà e coordinerà l'intero progetto secondo le indicazioni del **Comitato Direttivo**; supervisionerà le varie azioni, sia dal punto di vista amministrativo che tecnico; si occuperà delle relazioni istituzionali con i vari organi che sostengono il progetto, in primo luogo la Commissione Europea, gli **stakeholders ed eventuali cofinanziatori**. Il ruolo di **Project Manager** sarà ricoperto da una figura altamente qualificata che ha già ricoperto con successo lo stesso ruolo in altri progetti in passato. Il **Financial Manager** avrà il compito di gestire la rendicontazione del progetto, in base alle condizioni generali del programma LIFE e redigere le relazioni intermedie e finali per la Commissione Europea. L'operatività del progetto sarà garantita dal **Comitato Esecutivo** che curerà la gestione tecnica del progetto. Sarà istituito entro i primi due mesi di attività e sarà presieduto dal **Coordinatore di Progetto**, che seguirà da vicino l'implementazione dei diversi WP interagendo con il **Project Manager** e il **Monitoring Officer** incaricato di seguire l'andamento tecnico e finanziario del progetto. Il coordinatore avrà il compito di garantire il corretto e puntuale avanzamento delle attività; assicurare il rispetto dei tempi, agevolare le relazioni tra il Comitato Direttivo e il Comitato Esecutivo; verificare la conformità e la qualità delle azioni del progetto (attività, tempi e costi); elaborare le relazioni tecniche di progetto; coordinare la preparazione di relazioni tecniche e finanziarie. Il Comitato Esecutivo prevede **3 tavoli di lavoro**: tecnico-scientifico, comunicazione e formazione. In aggiunta sono previsti Gruppi di Lavoro per ciascun WP che sarà composto dal **WP leader** e dai **task manager**. Il Comitato Esecutivo si riunirà mensilmente, ma manterrà un livello continuo e costante di comunicazione e scambio anche attraverso strumenti come (skype, e-mail, whatsapp, ecc.) che non prevedono spostamenti: questo anche per facilitare la partecipazione in tutte le fasi del progetto e minimizzare i costi economici e ambientali. Vedere in allegato l'organigramma.

5.2 Monitoraggio dell'andamento del progetto

L'attività di monitoraggio si propone di verificare il corretto e puntuale svolgimento del progetto e il controllo delle sue performance tecniche e finanziarie, con l'obiettivo di garantire il pieno raggiungimento dei risultati attesi e degli obiettivi fissati rispetto a quanto pianificato durante la fase di progettazione, identificando allo stesso tempo, eventuali problemi e le azioni correttive necessarie a mitigarli. Sarà inoltre verificata la conformità dei metodi di sviluppo del progetto alla filosofia LIFE, ovvero la conformità delle azioni agli obiettivi generali e specifici del regolamento (UE) n. 1293/2013 per garantire il rispetto dell'accordo di sovvenzione. Il monitoraggio verrà effettuato durante l'intera durata del progetto e seguendo la metodologia del quadro logico e terrà conto dei seguenti fattori:

- relazione tra obiettivi proposti, risultati raggiunti e attività svolte;
- confronto tra i tempi previsti in fase di progettazione e l'effettiva esecuzione delle attività;
- realizzazione di traguardi e risultati finali;
- identificazione degli aspetti critici del progetto e soluzioni per superarli;
- valutazione dei risultati tecnici e scientifici del progetto;

Commentato [SDM1]: Valutare se semplificare la struttura di governance

Commentato [SDM3R2]: Lo abbiamo inserito in tutti i WP. Potremmo inserire ulteriori dettagli ma abbiamo problem di spazio.

Commentato [PT2]: As the LIFE programme is the only EU programme targeting specifically the environment, nature and biodiversity and climate action, your project should have the lowest carbon footprint possible. The description of your project should include details on actions taken to reduce CO2 emissions emitted during the project's lifetime. Be as precise as possible and don't hesitate to refer to green procurement practices, labels of eco-products bought, reduced transport, etc.

Commentato [PT4]: The sustainability of the project results in the medium and long term is understood as the capacity to maintain project's results and their utilization after its completion. It is obligatory that throughout the duration of a project, the beneficiaries consider how the results they are aiming for will be secured, maintained, developed and made use of after the end of the project. This requires a strategy including tasks to multiply the impacts of the projects' solutions and mobilise a wider uptake, reaching a critical mass during the project and/or in a short and medium term perspective after its end.

Commentato [SDM5R4]: Inserito in tutti i WP e in particolare nel WP2. Se necessario possiamo essere ancora più specifici

Commentato [SDM6R4]:

- rapporto tra budget e spese effettive per determinare la conformità ai costi e la reale capacità di spesa;

- impatto mediatico del progetto;

I risultati delle azioni di monitoraggio confluiranno nella preparazione di appositi report di monitoraggio annuali (complessivamente 2), che illustreranno l'avanzamento del progetto rispetto al raggiungimento dei risultati, analizzando le attività implementate e i risultati raggiunti e fornendo alcune indicazioni e raccomandazioni per migliorare la realizzazione del progetto nelle successive fasi di attuazione. (8 k assistenza esterna)

5.3 Valutazione impatto del progetto (prevedere 5k)

Per valutare gli effetti generati dal progetto verrà svolta un'indagine articolata in 2 fasi: una *ex ante* e l'altra *ex post*. La prima, condotta nei primi 3 mesi del progetto, consentirà di perfezionare la *baseline* di riferimento in termini di conoscenza del green deal europeo, del patto europeo per il clima, dell'agenda 2030 e più in generale dei temi legati all'emergenza climatica e alla transizione energetica. Questa prima fase consentirà di misurare la predisposizione dei cittadini all'assunzione di impegni individuali; nella fase *ex post*, che si svolgerà negli ultimi 4 mesi del progetto, si misurerà l'aumento delle conoscenze e degli impegni a favore del clima da parte dei cittadini rispetto alla situazione iniziale. La metodologia utilizzata prevede l'impiego di diversi strumenti e tecniche come le *web survey*, i *focus group*, le interviste a testimoni privilegiati e la somministrazione di questionari strutturati. Al termine di ciascuna fase saranno prodotti dei report con l'analisi dei risultati.

5.4 Piano after LIFE

Al fine di garantire che le principali attività del progetto proseguano anche dopo la sua conclusione, negli ultimi 3 mesi del verrà elaborato un **Piano After LIFE**, con l'obiettivo di illustrare le strategie e gli strumenti per garantire la sostenibilità delle azioni intraprese e promuovere la prosecuzione delle attività dopo la loro conclusione. Il Piano illustrerà in primo luogo le azioni realizzate e i risultati raggiunti dal progetto, identificando le migliori pratiche sviluppate. Conterrà poi le attività specifiche da promuovere dopo la conclusione del progetto, indicando per ogni azione identificata, i tempi, i costi necessari e le fonti di finanziamento. Il Piano After Life sarà pubblicato in formato PDF sul sito Web del progetto.

Nello svolgimento delle attività previste in questo WP saranno adottate una serie di misure per ridurre al minimo la *carbon footprint* in linea con quanto previsto dall'art. 19.3 del Regolamento LIFE. A questo proposito si farà riferimento al *toolkit* sul *Green Procurement* predisposto dalla Commissione Europea. Nell'acquisto di servizi e prodotti verranno utilizzate pratiche di *Green Procurement* che prevedono criteri ambientali minimi e laddove possibile saranno utilizzati prodotti a marchio *Ecolabel*. Tutti i materiali informativi saranno realizzati solo in formato digitale e potranno essere scaricati dal sito o scansionando degli appositi codici a barre. Per limitare gli spostamenti saranno utilizzate modalità di comunicazione a distanza. In caso di trasferta saranno utilizzati laddove possibile i trasporti pubblici e comunque si sceglieranno le modalità di trasporto più ecologiche. Verranno utilizzati hotel e servizi di ristorazione che applicano politiche verdi.

Expected Results

- List the expected results providing quantitative and qualitative data and how they are going to be monitored.
- Corretta e puntuale gestione tecnica e amministrativa del progetto
- Monitoraggio dell'andamento del progetto
- Valutazione degli impatti del progetto

Deliverables

- After Life Plan 30-09-2023
- Report ex ante 31-01-2022
- Report ex post 30-09-2023
- 2 report di monitoraggio (M12-M 24)

Milestones

Expected risks and constraints:

1. Problemi nella gestione del progetto - Medio

L'elevato numero di attività previste rende potenzialmente complessa la gestione generale del progetto. Per ovviare a questo problema, verrà creata una solida struttura di coordinamento che sarà diretta da un *project manager full time*. Il team di progetto sarà composto da persone con notevole esperienza nella gestione di progetti complessi con eccellenti capacità di

Commentato [SDM7]: Io lo lascerei come attività a carico del personale legambiente

Commentato [SDM8R7]:

Commentato [SDM9]: Per questa attività mi farei supportare da un soggetto esterno

problem solving e con notevoli competenze organizzative e tecniche. Nel timing predisposto inoltre, è stato preso in considerazione un periodo di *buffer* di circa 3 mesi per consentire la risoluzione dei problemi.

2. Ritardi nell'attuazione delle azioni - Basso

Per evitare che eventuali ritardi nell'avvio e/o completamento delle attività possano avere delle ripercussioni su altre azioni di progetto, è stato considerato un periodo di buffer di 3 mesi in grado di assorbire ritardi imprevisti.

3. Cambiamenti nel personale previsto durante il progetto - Basso

È possibile che durante il progetto alcune figure professionali non possano essere più disponibili per motivi imprevisti. Legambiente dispone di personale altamente qualificato in grado di gestire le assenze o l'indisponibilità temporanea di alcune figure chiave del gruppo di lavoro. Pertanto, se necessario, Legambiente sostituirà il personale mancante con altri esperti ugualmente qualificati.

4. Rischi di imprevisti - Medio

Per far fronte a problemi imprevedibili derivanti da fattori interni ed esterni (es. Pandemia), un periodo di *buffer* di 3 mesi è stato considerato come misura precauzionale. Questo periodo rende possibile gestire rischi imprevisti. Qualora il problema della pandemia dovesse perdurare alcune attività potranno comunque essere svolte a distanza utilizzando piattaforme web per conferenze e riunioni come zoom, gotomeeting, teams, ecc.

B3 – Estimated total eligible costs per work package

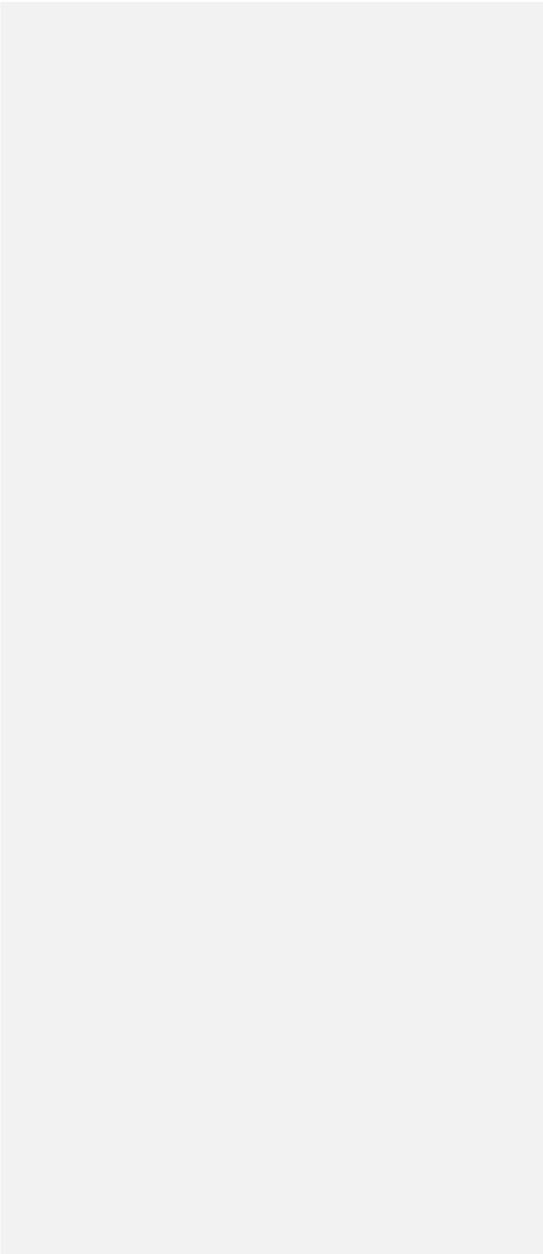
(max 1 page per WP)

Means required (resources allocation must be explained and justified including estimated person/days needed for staff and experts) etc. Please ensure full coherence with the Financial Forms.

Work Package 1: [Name, e.g. Awareness Campaign]		
	Cost (€)	Justification
Direct personnel costs calculated on the basis of unit costs		
Travel and subsistence costs		
Durable goods		
Other direct costs		
Total direct costs		
Indirect costs (standard flat rate of 7% of the total eligible direct costs)		

TOTAL COSTS (total direct costs + indirect costs)	
--	--

To insert additional work packages, copy WP1.



B4 – TIMETABLE
(max 4 pages)

Fill in cells in grey to show the duration of all activities ordered by work package and using the number and name. Repeat lines/columns as necessary.

Note: Use the project month numbers instead of calendar months. Month 1 marks always the start of the project. In the timeline you should indicate the timing of each main activity per WP.

ACTIVITY	MONTHS																								
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12	M 13	M 14	M 15	M 16	M 17	M 18	M 19	M 20	M 21	M 22	M 23	M 24	
Work Package 1: [Name, e.g. Awareness Campaign]																									
Activity 1.1 - ...	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█															
Activity 1.2 - ...							█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█							
Activity ...										█	█	█	█	█	█										
Work Package 2: [Name]																									
Activity 2.1 - ...	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█															
Activity 2.2 - ...							█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█							
Activity ...										█	█	█	█	█	█										