

AVVISO N. 2/2025

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

MODELLO D

SCHEDA DELLA PROPOSTA (INIZIATIVA O PROGETTO)

1a.– Titolo

A TUTTO CAMPO: RETI EDUCATIVE PER LA PARITÀ DI GENERE E LO SPORT INCLUSIVO

1b - Durata

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

18

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

2a - Obiettivi generali¹

[1] Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze (5)

[2] Ridurre le inuguaglianze (10)

[3] Salute e benessere: assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età (3)

2b - Aree prioritarie di intervento²

[1] Area prioritaria di intervento b) prevenzione e contrasto di ogni forma di violenza fisica e/o psicologica, lesioni o abusi, abbandono, maltrattamento o sfruttamento, compresa la violenza sessuale sui bambini e bambine, nonché adolescenti e giovani, e la pedopornografia online

[2] Area prioritaria di intervento f) prevenzione e contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale

[3] Area prioritaria di intervento i) promozione dell'attività sportiva

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

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

2c- Linee di attività³

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

Il progetto orienta le proprie linee di azione verso la creazione di iniziative sociali concrete e sostenibili, capaci di tradursi in interventi efficaci nei territori coinvolti. A questo scopo individua quali linee di interesse generale:

d) educazione, istruzione e formazione professionale, ai sensi della legge 28 marzo 2003, n. 53, e successive modificazioni, nonché le attività culturali di interesse sociale con finalità educativa; 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; 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; t) organizzazione e gestione di attività sportive dilettantistiche;

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

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

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

Esporre sinteticamente:

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

L’iniziativa si articolerà su tutto il territorio nazionale coinvolgendo Enti e organizzazioni di Terzo Settore di **19 Regioni e 20 città del Paese**: Valle d’Aosta (Aosta), Piemonte (Torino), Lombardia (Milano), Friuli-Venezia Giulia (Gorizia), Veneto (Padova), Emilia Romagna (Bologna), Liguria (Genova), Toscana (Firenze), Umbria (Terni), Marche (Ancona), Lazio (Roma, Latina), Abruzzo (Chieti), Molise (Isernia), Campania (Salerno), Calabria (Cosenza), Basilicata (Potenza), Puglia (Bari), Sicilia (Catania), Sardegna (Cagliari). In questi territori si svilupperanno le attività, saranno coinvolti i beneficiari diretti e indiretti, saranno prodotti gli impatti attesi. Il coordinamento del progetto sarà nel Lazio, a Roma.

3.2. Idea a fondamento della proposta

Con l’ingresso dello Sport nella Costituzione italiana all’Articolo 33, la Repubblica riconosce ufficialmente il valore dello sport come diritto di ogni persona e come mezzo di formazione, educazione e promozione del benessere individuale e collettivo. Questo riconoscimento istituzionale conferma la centralità dello sport non solo quale attività fisica, ma anche come veicolo di inclusione sociale, cittadinanza attiva e parità di opportunità, in linea con i principi di uguaglianza e solidarietà sanciti dalla Carta Costituzionale. Nella convinzione che formazione, arte, cultura e sport, se integrati in un’unica visione educativa, possano diventare strumenti potenti per promuovere la parità di genere e il rispetto delle differenze, l’idea progettuale mira a sperimentare un modello replicabile di rete educativa e sportiva che unisca apprendimento, espressione artistica e pratica sportiva per costruire una nuova cultura della parità, capace di incidere realmente sulle dinamiche sociali e generazionali. In questo contesto, significativa è stata la vittoria al Giffoni Film Festival 2025 nella sezione “Elements +10” del cortometraggio “Marta vuole giocare”, che coinvolgendo stakeholder del mondo sportivo e sociale, ha affrontato in modo diretto il tema degli stereotipi e delle disparità di genere nel calcio. Partendo da questi presupposti, il progetto “A Tutto Campo: Reti Educative per la Parità di Genere e lo Sport Inclusivo” si pone l’obiettivo generale di creare, su scala nazionale, una rete educativa e sportiva stabile per promuovere la parità di genere, la prevenzione della violenza e del bullismo e la valorizzazione dello sport come strumento di inclusione e benessere. In coerenza con tale finalità, il progetto definisce obiettivi specifici (OS) che declinano operativamente la strategia d’intervento, agendo sulle dimensioni educative, sociali e culturali che determinano le disuguaglianze di genere nello sport: OS1 Promuovere la partecipazione femminile e le pari opportunità nello sport; OS2 Rafforzare le competenze educative e inclusive delle organizzazioni sportive e degli operatori del Terzo Settore; OS3 Creare reti territoriali educative e sportive, stabili e multidisciplinari; OS4 Sensibilizzare l’opinione pubblica e le nuove generazioni sul valore dello sport come strumento di parità e inclusione.

3.3. Descrizione del contesto

In Italia, nonostante un progressivo aumento della partecipazione femminile nello sport, permane un significativo divario di genere che riflette disuguaglianze strutturali e culturali. Solo il 31,8% delle donne pratica sport, rispetto al 43,4% degli uomini; inoltre, solo il 24% delle donne pratica sport in modo continuativo contro il 32,9% degli uomini [ISTAT]. Questo dato evidenzia come la partecipazione femminile, pur in crescita, sia ancora limitata e non equiparata a quella maschile. La disparità si accentua nelle diverse regioni italiane: nelle aree del Nord la pratica sportiva femminile è più diffusa (es. Trentino-Alto Adige arriva al 50%), mentre al Sud e nelle isole la percentuale scende drasticamente sotto il 20% (Calabria 13,4%, Sicilia 17,4%) [CENSIS]. Questo divario territoriale si somma a una complessiva situazione di svantaggio socioeconomico che condiziona l’accesso allo sport per le donne e aumenta il rischio di esclusione sociale. A livello europeo le donne rappresentano in media il 14 % delle posizioni decisionali nelle confederazioni continentali degli sport olimpici in Europa. Nelle 28 confederazioni esaminate c’erano soltanto una donna presidente e otto donne vicepresidenti su un totale di 91. Il divario di genere, dunque, diventa tanto più ampio quanto più apicale è la posizione, a testimonianza del fatto che gli stereotipi di genere prevalenti influenzano la partecipazione delle donne non solo ai processi decisionali nelle organizzazioni sportive, ma anche alla pratica sportiva [EUROPEAN INSTITUTE FOR GENDER EQUALITY]. Il capitolo primo, articolo 2, paragrafo 7 della Carta

Olimpica assegna al Comitato Internazionale Olimpico (CIO) il compito di promuovere le donne nello sport ad ogni livello e in tutte le strutture, nell'ottica di implementare un'applicazione rigorosa del principio di uguaglianza tra i sessi, anche rispetto alla copertura di posizioni dirigenziali o comunque di leadership per la governance del mondo sportivo [CARTA OLIMPICA]. A tal proposito il CONI, nel suo Piano Integrato di Attività 2025-2027, pone la parità di genere come un principio fondamentale e agisce per incentivare presenza femminile in ruoli dirigenziali, contrastare discriminazioni, e promuovere la diversità negli eventi sportivi, in linea con le raccomandazioni internazionali [CONI].

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

Vengono rilevate cinque dimensioni prioritarie: 1) Educativa e culturale, in quanto è necessario promuovere percorsi di formazione e sensibilizzazione che aiutino a decostruire stereotipi di genere radicati nel mondo sportivo, favorendo la diffusione di modelli inclusivi e la valorizzazione delle differenze come risorsa; 2) Partecipativa e relazionale, per incentivare la partecipazione attiva delle donne e delle ragazze, creando spazi sportivi sicuri, accessibili e motivanti, dove la pratica sportiva non sia condizionata da alcuna barriera e che favorisca l'accesso delle donne ai ruoli tecnici e dirigenziali; 3) Formativa e professionale per rispondere al crescente bisogno di formazione specifica su inclusione, pari opportunità e gestione delle diversità di genere, nel Terzo Settore; 4) Comunicativa e simbolica al fine di promuovere modelli positivi e narrazioni inclusive nello sport, capaci di modificare l'immaginario collettivo e restituire pari dignità alle figure femminili; 5) Rete e governance, attraverso reti territoriali stabili che connettano istituzioni, enti locali, scuole e società sportive, rendendo sistemiche le buone pratiche e garantendo continuità agli interventi.

3.5. Metodologie

Indicare con una X la metodologia dell'intervento proposto

A) Innovative rispetto:

☒ al contesto territoriale: il progetto sperimenta un modello integrato e multidisciplinare che unisce sport, educazione, arte e cultura in una prospettiva di parità di genere, adattandosi alle specificità e al divario territoriale italiano con approcci differenziati e territorializzati. ☒ alla tipologia dell'intervento: L'iniziativa unisce in un'unica architettura metodologica percorsi formativi, laboratori artistico-esperienziali e attività sportive inclusive, promuovendo un approccio multidimensionale che supera la separazione tra sport e educazione civica, e genera una nuova cultura della parità e del rispetto. ☒ alle attività dell'ente proponente (o partners o collaborazioni, se previste): Per CIAO LAB aps, il progetto rappresenta un'evoluzione strategica delle proprie attività nell'ambito della promozione culturale e sociale. L'intervento consolida le reti territoriali e amplia l'azione dell'Ente verso il contrasto alle disuguaglianze di genere e la diffusione di modelli inclusivi di pratica sportiva, attraverso la collaborazione con scuole, associazioni culturali e istituzioni pubbliche.

B) ☒ pilota e sperimentali, finalizzate alla messa a punto di modelli di intervento tali da poter essere trasferiti e/o utilizzati in altri contesti territoriali. il progetto si configura come una sperimentazione su scala nazionale di reti educative e sportive multiple, con l'obiettivo di mettere a punto un modello trasferibile e adattabile ad altri contesti territoriali, con valutazioni di impatto e reportistica partecipata.

C) ☒ di innovazione sociale, ovvero attività, servizi e modelli che soddisfano bisogni sociali (in modo più efficace delle alternative esistenti) e che allo stesso tempo creano nuove relazioni e nuove collaborazioni accrescendo le possibilità di azione per le stesse comunità di riferimento. la proposta risponde a bisogni sociali complessi quali la parità di genere, la prevenzione della violenza e del bullismo, e la promozione dell'inclusione sociale attraverso lo sport, favorendo nuove relazioni e collaborazioni fra enti sportivi, scuole, terzo settore e amministrazioni locali.

Specificare le caratteristiche: Il progetto adotta un modello educativo e sportivo partecipativo basato sull'integrazione tra formazione, arte e sport, volto a promuovere la parità di genere e l'inclusione. La metodologia, sperimentale e replicabile, favorisce la collaborazione tra istituzioni, enti sportivi e Terzo Settore, generando innovazione sociale e impatto duraturo nei territori.

4- Risultati attesi (Massimo due pagine)

Con riferimento agli obiettivi descritti, indicare:

Destinatari degli interventi (specificare) ⁴	Numero	Modalità di individuazione
Destinatari della formazione	50	Network CIAO LAB ed Enti Partner, stakeholder
Utenti del Podcast “Voci a Tutto Campo”	10.000	Network CIAO LAB ed Enti Partner, stakeholder
Utenti sportello di ascolto	150	Network CIAO LAB ed Enti Partner; Realtà sociali territoriali, stakeholder
Partecipanti “A tutto Campo Days”	200	Network CIAO LAB ed Enti Partner, stakeholder
Partecipanti laboratorio di sceneggiatura Storylab	150	Network CIAO LAB ed Enti Partner, stakeholder, Selezione interna rispetto ai partecipanti delle attività

Ragioni per le quali le attività previste dovrebbero migliorarne la situazione

In base all'analisi di contesto svolta e ai dati a disposizione, le criticità emerse mettono in evidenza una situazione di disparità di genere su più livelli (partecipativo, salariale etc) all'interno di diversi campi. Il progetto seleziona dei campi specifici (sportivo e culturale) andando ad impattare direttamente su due realtà differenti, ma anche legate, al fine di realizzare un incremento generale sia della sensibilizzazione, sia delle attività di sostegno sia della vera e propria partecipazione femminile. Tutte le attività e di conseguenza i risultati e gli output sono pensati per connettersi strettamente a queste tre problematiche, in particolar modo: **le attività formative e il Podcast** si integrano direttamente all'interno delle dinamiche dei processi di sensibilizzazione essendo quelle dedicate sia ad un grande pubblico sia soggette ad un elevato tasso di moltiplicazione tramite le modalità “cascata”, peer e ToT; La realizzazione dello **sportello di ascolto** si integra all'interno del sostegno alle donne in condizione di maggiore fragilità (grazie all'apporto specifico dell'ente partner) nonché al potenziamento di tutti gli attori progettuali (sportivi, allenatori etc) in relazione sia al sostegno individuali a delle mini capacity-building per la riproduzione di comportamenti virtuosi per il sostegno, l'integrazione e l'inclusione. Infine, gli **“A tutto Campo Days”** e lo **“StoryLab”** si porranno come momenti chiave della coesione sportivo-culturale-artistica sviluppando momenti multitematici e pratici dedicati all'inclusione e alle buone pratiche di inclusione e parità. L'integrazione delle attività su questo triplice piano concorre per questa ad un miglioramento della situazione iniziale andando ad impattare su tre problematiche dirette come la diffusione della sensibilizzazione, la formazione corretta degli operatori all'interno dei settori specifici e lo sviluppo di sempre maggiori attività pratiche aperte e inclusive.

Evidenza dei risultati concreti da un punto di vista quali-quantitativo.

1. Formazione: Il progetto prevede lo sviluppo di un'attività di formazione dedicata ai professionisti del settore sportivo e del Terzo Settore al fine di incrementare consapevolezza, know-how ed aumentare la ricettività rispetto alle tematiche di progetto, di inclusione e parità di genere. I contenuti della formazione faranno riferimento alle tematiche di parità e inclusione suddividendosi in due canali formativi. **Risultati quantitativi:** 2 Corsi con materiali FAD prodotti; 50 destinatari formati. **Risultati qualitativi:** Sensibilizzazione rispetto ai temi di progetto, incremento del know-how territoriale; Generazione di un processo formativo intergenerazionale. **2. Podcast:** Il progetto prevede lo sviluppo di un Podcast dedicato alle tematiche progettuali legate alla parità di genere, agli Sdg di progetto strettamente legati alla dimensione dell'inclusione femminile e alla stratificazione dei contenuti. Il Podcast prevede di farlo attraverso un linguaggio multimediale accessibile e completo sfruttando testimonial e un piano editoriale e narrativo incentrato su uno storytelling dinamico e originale. **Risultati**

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

quantitativi: 4 episodi Podcast; 10.000 utenti raggiunti; **Risultati qualitativi:** Utilizzo di linguaggi multimediali relati alle tematiche, incremento della trasversalità della comunicazione, lascito digitale di lungo termine per conservazione e riutilizzo degli output comunicativi, impatto comunicativo dei testimonial. **3. Sportello di ascolto:** Sarà realizzato uno sportello di ascolto dedicato al target progettuale, in particolare donne in difficoltà, al fine di offrire sostegno diretto e indiretto. Allo stesso tempo lo sportello è aperto a tutti i destinatari delle attività progettuali che potranno usufruirne anche come momento per rendersi essi stessi figure di sostegno per contesti di difficoltà. **Risultati quantitativi:** 150 utenti sportello, 3 modalità di fruizione offerte. **Risultati qualitativi:** sviluppo di sinergie territoriali *infra-partenariato* ed *extra-partenariato* con costruzione di legami nel Terzo Settore, moltiplicazione competenze in riferimento al mondo sportivo, sviluppo di una attività multi-target. **4. "A tutto Campo days"** atte a sensibilizzare e mettere in "campo" le pratiche di parità e inclusione, tramite il supporto di testimonial, Q&A, visione di cortometraggi tematici in relazione ad inclusione e mondo sportivo. **Risultati quantitativi:** 200 Partecipanti, 5 Istituti comprensivi coinvolti, 5 proiezioni del cortometraggio "Marta Vuole Giocare" **Risultati qualitativi:** Incremento delle attività inclusive a livello territoriale, incremento partecipazione giovanile e intergenerazionale, utilizzo di modelli di apprendimento, sensibilizzazione e divulgazione multilivello (presenza, media, interazione diretta). **5. StoryLab** integrerà le tematiche di progetto nell'ambito della sceneggiatura cinematografica partecipata. **Risultati quantitativi:** 150 partecipanti al laboratorio, 1 sceneggiatura per lungometraggio prodotta, 5 incontri realizzati. **Risultati qualitativi:** sviluppo dell'approccio creativo in relazione alle tematiche sociali, potenziamento delle sinergie tra utenti delle diverse attività provenienti da diversi contesti, realtà, difficoltà, generazioni, al fine di generare un racconto multivoce in grado di integrare i diversi fabbisogni comunicativi.

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

1. Formazione: Le attività formative contengono in sé il seme della possibilità moltiplicativa in relazione ad attività di "formazione a cascata", in particolare in riferimento alla struttura formativa del ToT, *peer-education*, lascito formativo e documentazione consultabile. **2. Podcast:** Il Podcast sfrutta l'effetto moltiplicatore dei social in quanto riproducibile sulle svariate piattaforme e condivisibile con estrema facilità anche in tempistiche dilatate. **3. Sportello di Ascolto:** L'attività è pensata per essere una *best-practice* replicabile che può essere sia riprodotta in linea temporale (più volte nello stesso territorio) sia in linea spaziale (estrapolata e realizzata in altre località). **4. "A tutto Campo days"** l'attività è pensata per essere una *best-practice* replicabile che può essere sia riprodotta in linea temporale (più volte nello stesso territorio) sia in linea spaziale (estrapolata e realizzata in altre località), in particolare la fruizione del cortometraggio ha un elevato livello di esportabilità sia dal punto di vista fisico/locale che dal punto di vista della diffusione tramite canali multimediali e web. **5. StoryLab** L'attività è pensata per essere una *best-practice* replicabile che può essere sia riprodotta in linea temporale (più volte nello stesso territorio) sia in linea spaziale (estrapolata e realizzata in altre località), il processo di sceneggiatura prevedendo anche una fase di "accantonamento" delle idee prevede la possibilità di avere un lascito da dedicare ad altre realizzazioni di carattere video-creativo.

5 – Attività (Massimo quattro pagine)

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

1. COSTITUZIONE DEL GRUPPO DI LAVORO E START UP DEL PROGETTO

Azione preparatoria di nomina, insediamento e inquadramento delle figure a presidio delle attività di progetto. Preparazione strumenti necessari alla realizzazione delle attività. Allineamento delle risorse, sulla struttura operativa, sulle azioni e i risultati da conseguire. Partner coinvolti: tutti **1.1 Attivazione organi di governo** Insediamento di un **Comitato Tecnico di Gestione** incaricato di pianificare le attività, sviluppare linee guida metodologiche per la formazione e valutare i materiali multimediali; istituzione dell'**Osservatorio permanente per le pari opportunità nello sport** con la nomina di 1 referente cad. organizzazione e stakeholder istituzionali che saranno impegnati in attività di analisi e periodica con previsione di momenti di confronto semestrali grazie ai quali condividere quanto emerso dalle attività di ricerca e strutturare proposte mirate ed operative. *Output previsti:* insediamento Comitato Tecnico e Osservatorio. **1.2 Definizione piano attività e strumenti di lavoro** Il Comitato redigerà il Piano di Lavoro, comprensivo di Project Management Plan e Quality Guidelines, e verranno identificati il Coordinatore Nazionale e il Responsabile Amministrativo Nazionale. *Output previsti:* piano di lavoro, verbali, linee guida per attività formative, materiali progettuali.

2. COMUNICAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Ambito territoriale effettivo: 19 regioni e 20 città italiane.

Collegamento con gli obiettivi: L'attività risponde direttamente all'OS4 – Sensibilizzare l'opinione pubblica e le nuove generazioni sul valore dello sport come strumento di parità e inclusione, contribuendo trasversalmente anche all'OS1 – Promuovere la partecipazione femminile e le pari opportunità nello sport e all'OS3 – Creare reti territoriali educative e sportive, stabili e multidisciplinari. Partner coinvolti: tutti. Contenuti: L'azione mira a costruire una campagna di comunicazione integrata e partecipata, che valorizzi lo sport come linguaggio universale di inclusione e promuova modelli positivi di partecipazione femminile. Attraverso strumenti digitali, eventi pubblici e attività educative, la comunicazione diventa leva di sensibilizzazione, informazione e cambiamento sociale. **2.1 Definizione del Piano di Comunicazione** per la diffusione di messaggi inclusivi attraverso social media, sito web, stampa, radio ed eventi territoriali, capace di raggiungere un vasto pubblico, favorendo un linguaggio comune contro gli stereotipi di genere. *Output dell'attività:* Piano di comunicazione; materiali multimediali e digitali.

2.2 Coinvolgimento di testimonial quali atlete, atleti, educatori, dirigenti e personaggi del mondo dello sport, che diventeranno "Ambasciatori e Ambasciatrici della Parità" e contribuiranno alla diffusione dei messaggi del progetto e parteciperanno a incontri pubblici, eventi e attività locali, generando un effetto moltiplicatore sui territori. *Output dell'attività:* selezione e coinvolgimento di testimonial. **2.3 Avvio campagna di comunicazione** rivolta alle scuole e alle associazioni sportive, con la produzione e distribuzione di materiali didattici e digitali (schede formative, toolkit per docenti, cortometraggio "Marta vuole giocare" e podcast). *Output dell'attività:* coinvolgimento scuole e associazioni sportive; avvio della comunicazione e sensibilizzazione.

3. FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Ambito territoriale effettivo: 19 regioni e 20 città italiane.

Collegamento con gli obiettivi: L'attività è strettamente connessa all'OS2 Rafforzare le competenze educative e inclusive delle organizzazioni sportive e degli operatori del Terzo Settore, concorrendo anche al raggiungimento dell'OS1 Promuovere la partecipazione femminile e le pari opportunità nello sport e dell'OS3 – Creare reti territoriali educative e sportive, stabili e multidisciplinari. Partner coinvolti: tutti. Contenuti: realizzare percorsi formativi innovativi in modalità FAD, dedicati a educatori, allenatori, dirigenti sportivi, operatori del Terzo Settore e giovani volontari, per favorire la diffusione di pratiche sportive inclusive e la crescita di competenze tecnico-relazionali orientate alla parità di genere. La formazione sarà articolata su due livelli, un Training of Trainers (ToT) ed una Formazione

specialistica per dirigenti e tecnici donne. **3.1 Predisposizione del materiale formativo** necessario alla realizzazione dei percorsi formativi in modalità FAD, comprendente video-lezioni, dispense interattive, test di autovalutazione e casi studio. *Output dell'attività:* materiale formativo. **3.2 Individuazione partecipanti** in collaborazione con le reti territoriali e i partner del progetto, tenendo conto della rappresentanza territoriale e della diversità disciplinare. *Output dell'attività:* Partecipanti ai corsi formativi. **3.3 Avvio dei percorsi formativi** attraverso una piattaforma digitale interattiva, che consentirà ai partecipanti di seguire lezioni, workshop e momenti di confronto con esperti del settore sportivo e sociale. *Output dell'attività:* 2 percorsi formativi; operatori qualificati con attestato sulle competenze acquisite.

4. PRODUZIONE E DIFFUSIONE DEL PODCAST "VOCI A TUTTO CAMPO"

Ambito territoriale effettivo: 19 regioni e 20 città italiane.

Collegamento con gli obiettivi: OS4 Sensibilizzare l'opinione pubblica e le nuove generazioni sul valore dello sport come strumento di parità e inclusione, e concorre anche all'OS3 Creare reti territoriali educative e sportive, stabili e multidisciplinari. Partner coinvolti: tutti. Contenuti: episodi narrativi e di approfondimento dedicati ai temi della parità di genere, dello sport inclusivo e della partecipazione femminile. Le puntate racconteranno esperienze virtuose di atlete, dirigenti, educatori e associazioni, dando voce a modelli positivi e buone pratiche. **4.1 Ideazione e Progettazione editoriale** definizione del concept narrativo e del piano editoriale, individuando i temi centrali, il target di riferimento e le figure da coinvolgere; redazione dei testi introduttivi e delle linee guida per la comunicazione integrata del progetto. *Output dell'attività:* Piano editoriale; partecipanti; contenuti e piano comunicazione. **4.2 Produzione e registrazione delle puntate** interviste, storytelling e approfondimenti tematici, con il supporto tecnico di una casa di produzione audio specializzata. La produzione comprenderà l'editing sonoro, la cura musicale e la creazione di contenuti teaser per la diffusione social. *Output dell'attività:* Podcast. **4.3 Diffusione e promozione** sulle principali piattaforme digitali e integrato nel piano di comunicazione del progetto. Saranno previste campagne mirate sui social network e la condivisione dei contenuti attraverso le reti associative dei partner, con l'obiettivo di amplificare la sensibilizzazione e favorire un dibattito nazionale sul tema della parità di genere nello sport. *Output dell'attività:* Campagna promozionale e di diffusione.

5. SPORTELLLO DI ASCOLTO

Ambito territoriale effettivo: 19 regioni e 20 città italiane.

Collegamento con gli obiettivi: risponde all'OS2 Rafforzare le competenze educative e inclusive delle organizzazioni sportive e degli operatori del Terzo Settore, nonché all'OS4 Sensibilizzare l'opinione pubblica e le nuove generazioni sul valore dello sport come strumento di parità e inclusione. Partner coinvolti: Associazione salvabebè salvamamme. Contenuti: nasce come spazio protetto e accessibile, dedicato all'ascolto, all'orientamento e al supporto psicopedagogico di giovani, famiglie, allenatori e operatori sportivi. Sarà gestito da professionisti qualificati dell'Associazione salvabebè salvamamme con l'obiettivo di favorire la prevenzione di episodi di bullismo, discriminazione e violenza di genere e di promuovere relazioni educative positive basate sul rispetto reciproco. Lo Sportello si articolerà in modalità ibrida, con accesso: in presenza, presso la sede del Partner; telefonico, attraverso un numero dedicato; online, attraverso contatti via mail. **5.1 Creazione e allestimento dello sportello di ascolto** attraverso lo sviluppo di una piattaforma digitale dedicata e di un sistema di prenotazione per le modalità online e telefoniche. Predisposizione degli spazi fisici presso le sedi del partner incaricato. *Output dell'attività:* Strutture dello sportello. **5.2 Promozione e diffusione** su social media, reti associative e nel territorio nazionale per diffondere l'iniziativa e sensibilizzare i potenziali utenti attraverso la collaborazione con scuole, associazioni sportive, enti locali e altri stakeholder per favorire l'accesso ai servizi. *Output dell'attività:* Piano comunicativo. **5.3 Attivazione, monitoraggio, valutazione e aggiornamento** Avvio del servizio, raccolta di feedback e dati di monitoraggio per valutare efficacia e chiarificare eventuali miglioramenti. Analisi periodica dei risultati, con aggiornamenti di metodologie, contenuti e aggiornamento continuo degli operatori. *Output dell'attività:* Utenti ascoltati; report; materiali formativi interni e informativi per l'esterno.

6. "A TUTTO CAMPO DAYS", EVENTI DI DISSEMINAZIONE E SPORT INCLUSIVO

Ambito territoriale effettivo: 5 aree geografiche individuate sulla base del Livello NUTS 1.

Collegamento con gli obiettivi: l'attività, per l'impostazione territoriale, i contenuti e la natura coinvolgente riesce a concorrere trasversalmente a tutti gli OS del progetto. Partner coinvolti: tutti. Contenuti: eventi territoriali basati su un format all'insegna della sensibilizzazione, della condivisione e della pratica sportiva inclusiva in 5 Istituti Comprensivi. Ogni giornata si svilupperà nelle seguenti Fasi: 1) Introduzione del progetto e proiezione del cortometraggio "Marta Vuole Giocare"; 2) – Sessione di ascolto e dibattito (Q&A) per raccogliere sensazioni e considerazioni; 3) Sensibilizzazione sui temi della disparità e della non discriminazione, attraverso il coinvolgimento di testimonial provenienti dal mondo dello sport e della cultura. **6.1 Individuazione degli IC** attraverso la rete di partenariato e seguendo un criterio territoriale e di capacità di accoglienza delle strutture. *Output dell'attività*: Istituti comprensivi. **6.2 Predisposizione materiale e calendarizzazione eventi** produzione del materiale necessario per le attività di sensibilizzazione e divulgazione, come il cortometraggio "Marta Vuole Giocare", supporti visivi e informativi per le sessioni di ascolto e dibattito. Inoltre, include la definizione di un calendario dettagliato degli eventi in collaborazione con gli Istituti ed i partner. *Output dell'attività*: materiale formativo e di supporto alle 3 fasi delle attività; calendario eventi. **6.3 Coinvolgimento territoriale** condivisione e divulgazione del calendario dell'attività e inviti specifici su base territoriale ai partner, agli stakeholder e alla rete associativa per la partecipazione all'evento. *Output dell'attività*: Adesioni all'evento.

7. "STORYLAB": LABORATORIO DI SCENEGGIATURA PARTECIPATA

Ambito territoriale effettivo: 19 regioni e 20 città italiane.

Collegamento con gli obiettivi: l'attività, anche in questo caso, per come concepita riesce a concorrere trasversalmente a tutti gli OS del progetto. Partner coinvolti: tutti. Contenuti: Sulla base di tutte le attività precedenti e dell'esperienza del cortometraggio "Marta vuole giocare", intende coinvolgere i partecipanti all'attività di formazione, i testimonial, i protagonisti del podcast, alcuni utenti dello Sportello di Ascolto e tutta la rete associativa di CIAO LAB aps, oltre al coinvolgimento di stakeholder istituzionali. Il laboratorio si pone l'obiettivo di mettere insieme esperienze e competenza eterogenee per iniziare la stesura di una sceneggiatura che possa rappresentare un'evoluzione del cortometraggio "Marta vuole giocare" che possa fungere da base per la produzione di un lungometraggio sul tema del gender gap e dell'empowerment femminile nel mondo dello sport. In questo modo, si raccolgono e coniugano in un'esperienza condivisa e di partecipazione attiva le dimensioni educative, sociali, culturali, creative e artistiche che determinano le disuguaglianze di genere nello sport. **7.1 Insediamento dei facilitatori del laboratorio** individuati sulla base di esperienze e specifiche competenze in attività laboratoriali. *Output dell'attuazione*: Team di lavoro e Piano di lavoro. **7.2 Individuazione dei partecipanti** attingendo agli elenchi, registri e contatti delle precedenti attività. *Output dell'attività*: Elenco partecipanti. **7.3 Avvio dei Laboratori** inizio delle attività laboratoriali strutturati in 5 incontri nella sede di CIAO LAB aps. *Output dell'attività*: Sceneggiatura del lungometraggio.

8. SUPERVISIONE PROGETTUALE, MONITORAGGIO, RENDICONTAZIONE E VALUTAZIONE D'IMPATTO SOCIALE

Supervisione continua delle attività progettuali, attraverso l'operato degli organi di progetto (Comitato Tecnico di Gestione) volto ad assicurare il rispetto degli obiettivi, delle guidelines operative, comunicative e formative, e degli strumenti progettuali preparati e diffusi, delle tempistiche, delle risorse e dei ruoli. Il tutto avverrà mediante il dialogo continuo, la previsione di momenti di confronto periodici tra i partner, la condivisione di documenti, aggiornamenti attraverso sistemi di condivisione online (Drive, OneDrive, Cloud, ecc.). Inoltre, l'attività prevede la verifica della regolarità amministrativo-contabile del progetto e la redazione della Relazione di Coerenza finale, a cura di un revisore legale dei conti o società di revisione iscritta all'apposito registro del MEF, ai sensi del D.Lgs. n. 39/2010. Tale attività garantirà la corretta rendicontazione delle spese, la pertinenza dei costi al piano finanziario, la congruità e ammissibilità delle spese sostenute in conformità alla Circolare n. 2/2009 del MLPS. La Relazione costituirà l'atto conclusivo del progetto, assicurando trasparenza, tracciabilità e coerenza tra le attività realizzate, gli obiettivi conseguiti e le risorse impiegate.

DESCRIZIONE PARTENARIATO:

CIAO LAB APS (CAPOFILA) possiede know-how legato agli aspetti artistici del mondo della promozione culturale, utilizzando il cinema, la fotografia, il teatro come strumenti per il contrasto alle devianze e alle difficoltà dei più giovani. **OPES APS** Ente di Promozione Sportiva riconosciuto dal CONI, nonché APS iscritta al RUNTS ed Ente di SCU. Unisce nel proprio know-how l'organizzazione di eventi sportivi ad alto impatto sociale e formativo al fine di sviluppare una società più

sicura ed inclusiva. OPES è altresì esperto nell'ambito dell'erogazione della formazione agli operatori del settore; **COMITATI OPES (COMITATO PROVINCIALE SA, COMITATO REGIONALE TOSCANA, COMITATO REGIONALE SICILIA)** in collegamento organico con OPES APS uniscono nel proprio know-how le sfide offerte dalla dimensione locale, raggiungendo i bisogni specifici dei territori; **ASSOCIAZIONE SALVAMAMME SALVABEBÈ** – Ha una quindicennale esperienza in interventi nei momenti cruciali dell'abbandono e della solitudine delle mamme e delle famiglie in condizioni di grave disagio socio-economico, offrendo supporto negli ambiti sanitario, psicologico, legale, logistico, pedagogico e formativo; **ASI Associazioni Sportive e Sociali Italiane** è un ente di promozione sportiva riconosciuto dal CONI. È anche una Rete Associativa Nazionale, nonché Associazione di Promozione Sociale riconosciuta dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Riunisce le associazioni sportive dilettantistiche, le società sportive, le associazioni di promozione sociale e gli altri enti del terzo settore affiliati, contribuendo alle loro attività sportive, ludico-ricreative sociali e culturali; **ASI CR LAZIO** comitato territoriale ASI in riferimento al territorio laziale con know-how sportivo sociale; **EUROSPORT APS** opera nel sociale tenendo saldo il principio educativo che lo sport è in grado di offrire salvaguardando gli aspetti sociali e umani della persona. Negli ultimi anni la sua opera è stata di notevole supporto nell'integrazione nel tessuto sociale soggetti in condizione di svantaggio e fragilità sociale; **OPERE SPORTIVE TOSCANA APS** a partire dal 2017 ha partecipato a diversi progetti a finanziamento ministeriale in particolare per l'inclusione delle persone disabili e per i giovani in condizioni di svantaggio tramite lo sport. Metterà a disposizione del progetto la propria esperienza in progettazione e la propria rete per ciò che riguarda lo sviluppo delle attività; **CPD** La Consulta per le Persone in Difficoltà ODV ETS è una Organizzazione Di Volontariato che opera come Ente del Terzo Settore. CPD nasce 1988 ed è iscritta al RUNTS dal 2022 con un know-how incentrato sui servizi per le persone con disabilità e sulla loro inclusione sociale e culturale; **MODAVI PC LAZIO** Comitato territoriale laziale di Protezione Civile integra un know-how di protezione civile unito ad attività sociali e assistenziali.

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

Attività	Mesi (colorare le celle interessate)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.1 Attivazione organi di governo e dell'Osservatorio																		
1.2 Definizione piano attività e strumenti di lavoro																		
2.1 Definizione del Piano di Comunicazione																		
2.2 Coinvolgimento di testimonial																		
2.3 Avvio campagna di comunicazione																		
3.1 Predisposizione del materiale formativo																		
3.2 Individuazione partecipanti alla formazione																		
3.3 Avvio dei percorsi formativi																		
4.1 Ideazione e Progettazione editoriale podcast																		
4.2 Produzione e registrazione delle puntate																		
4.3 Diffusione e promozione																		
5.1 Creazione e allestimento dello sportello di ascolto																		
5.2 Promozione e diffusione sportello di ascolto																		
5.3 Attivazione, monitoraggio, valutazione e aggiornamento																		
6.1 Individuazione degli Istituti Comprensivi																		
6.2 Predisposizione materiale e calendarizzazione eventi																		
6.3 Coinvolgimento territoriale																		
7.1 Insediamento facilitatori del laboratorio																		
7.2 Individuazione dei partecipanti																		
7.3 Avvio dei Laboratori																		
8. Supervisione progettuale, monitoraggio, rendicontazione e valutazione d'impatto sociale																		

7a - Risorse umane

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

Numero	Tipo attività che verrà svolta ⁵	Ente di appartenenza	Livello di Inquadramento professionale ⁶	Forma contrattuale ⁷	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	B,D - Project manager	OPES Aps	INQUDRAMENTO A	Collaboratore esterno	B: Promozione € 14.000 D: Funzionamento € 26.000
2	B,D - Project manager	ASI	INQUDRAMENTO A	Collaboratore esterno	B: Promozione € 14.000 D: Funzionamento € 24.000
3	D – Coordinatore Attività Progettuali	CIAO LAB	INQUDRAMENTO A	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 25.000
4	D – Coordinatore Attività Progettuali	OPES Aps	INQUDRAMENTO A	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 25.000
5	C – Monitoraggio Attività Progettuali	OPES Aps	INQUDRAMENTO A	Dipendente	C: Monitoraggio € 20.000
6	C – Assistente Monitoraggio Attività Progettuali	ASI	INQUDRAMENTO A	Dipendente	C: Monitoraggio € 19.000
7	C – Responsabile Rendicontazione Spese Progettuali	OPES Aps	INQUDRAMENTO A	Dipendente	C: Monitoraggio € 15.000
8	C – Assistente Rendicontazione Spese Progettuali	CIAO LAB	INQUDRAMENTO A	Dipendente	C: Monitoraggio € 14.000
9	C – Assistente Rendicontazione Spese Progettuali	ASI	INQUDRAMENTO A	Dipendente	C: Monitoraggio € 14.000
10	B,D - Responsabili regionali di supporto alle attività di coordinamento	OPES	INQUDRAMENTO B	Collaboratore esterno	B: Promozione € 5.000 D: Funzionamento € 10.000
11	B,D - Responsabili regionali di supporto alle attività di coordinamento	ASI	INQUDRAMENTO B	Collaboratore esterno	B: Promozione € 5.000 D: Funzionamento € 10.000
12	D - Coordinatori provinciali	CIAO LAB	INQUDRAMENTO A	Collaboratore	D: Funzionamento €

⁵ Attività svolta⁵: indicare: cod. "A" per "Progettazione", cod. "B" per "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione", cod. "C" per "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto", cod. "D" per Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".

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

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

	delle attività			esterno	10.000
13	D - Coordinatori provinciali delle attività	EUROSPORT	INQUDRAMENTO A	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 10.000
14	B - Responsabile comunicazione	OPES Aps	INQUDRAMENTO A	Dipendente	B: Promozione € 20.000
15	B - Assistente comunicazione	Ciao Lab	INQUDRAMENTO A	Collaboratore esterno	B: Promozione € 10.000
16	B - Assistente comunicazione	ASI	INQUDRAMENTO B	Collaboratore esterno	B: Promozione € 18.000
	B – Operatori per la Promozione del progetto	EUROSPORT	INQUDRAMENTO B	Collaboratori esterno	B: Promozione € 20.000
17	D – Responsabile StoryLab: Laboratorio di sceneggiatura partecipata	OPES	INQUDRAMENTO A	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 13.000
18	D - Responsabile comitato tecnico di gestione	CIAO LAB	INQUDRAMENTO A	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 11.000
19	D - Operatori Sportello di ascolto	SALVAMAMME	INQUDRAMENTO C	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 15.000
20	D - Operatori Territoriali per regolare funzionamento attività territoriali	CPD	INQUDRAMENTO C	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 10.000
21	D - Operatori Territoriali per regolare funzionamento attività territoriali	ASI	INQUDRAMENTO C	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 8.000
	D - Operatori Territoriali per regolare funzionamento attività territoriali	OPES SICILIA	INQUDRAMENTO C	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 10.000
	D - Operatori Territoriali per regolare funzionamento attività territoriali	ASI Comitato Regionale del Lazio	INQUDRAMENTO C	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 8.000
22	D - Operatori Territoriali per regolare funzionamento attività territoriali	OPES SALERNO	INQUDRAMENTO C	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 8.000
23	D - Operatori Territoriali per regolare funzionamento attività territoriali	OPES TOSCANA	INQUDRAMENTO C	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 8.000
24	D - Operatori Territoriali per regolare funzionamento attività territoriali	Modavi Protezione civile Lazio	INQUDRAMENTO C	Collaboratore esterno	D: Funzionamento € 8.000

7b. Volontari

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta ⁸	Ente di appartenenza	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	20	Disseminazione tematiche progettuali, supporto eventi	CIAO LAB	0
2	10	Disseminazione tematiche progettuali, supporto eventi	OPES	0
3	10	Disseminazione tematiche progettuali, supporto eventi	ASI	0
4	10	Disseminazione tematiche progettuali, supporto eventi	Modavi protezione civile lazio	0
5				
6				
7				
8				

8 – Collaborazioni

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

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1		
2		
3		
4		
5		
6		

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

7		
8		
9		
10		

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

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

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

1 Le **Attività di Progettazione** dell'avviso 2/2025 è stata affidata ad un'organizzazione con esperienza nel terzo settore e forte conoscenza pregressa nell'ambito dello sviluppo delle attività presentate, a CMA Creative Management Association Srl ed OPES ROMA APS. Le stesse si sono occupate di redigere le attività del progetto con l'ausilio di professionisti del settore da loro meglio identificati, identificare strategie ed azioni adeguate al raggiungimento degli obiettivi, pianificando i costi per il raggiungimento degli obiettivi ed analizzando il contesto di riferimento al fine di produrre un cambiamento sui destinatari coinvolti. Le organizzazioni stesse seguiranno le attività dando supporto qualora venisse richiesto dall'ATS.

2 **Attività 2 – Formazione** sarà affidata ad un Ente specializzato nell'offrire programmi formativi altamente orientati al mercato, aderenti alla richiesta formativa del progetto. L'ente formativo avrà una comprovata esperienza nella collaborazione con associazioni, aziende e imprese, adattando i programmi di formazione per rispondere alle esigenze specifiche del settore della progettazione sociale.

3 **Attività 3 - Produzione e diffusione del podcast**, sarà individuata una società esterna che provvederà alla creazione, registrazione, montaggio e diffusione di contenuti audio destinati alla fruizione digitale (piattaforme come Spotify, Apple Podcast, Google odcast, ecc.). In breve, comprende: Ideazione e progettazione del format (tema, target, stile, durata, tono di voce); Scrittura e preparazione dei contenuti (sceneggiature, interviste, rubriche); Registrazione audio con attrezzature professionali o in studio; Editing e post-produzione (pulizia audio, montaggio, aggiunta di musiche o effetti sonori); Pubblicazione e promozione del podcast su piattaforme digitali e social media. L'obiettivo è informare, intrattenere o sensibilizzare il pubblico su temi specifici, utilizzando un linguaggio accessibile e coinvolgente.

4 **Attività 7 – StoryLab: Laboratorio di Sceneggiatura Partecipata**, L'attività prevede la progettazione e l'attivazione di un laboratorio partecipato denominato "StoryLab", finalizzato alla realizzazione di un prodotto narrativo e/o audiovisivo (quale cortometraggio, docufilm, spot sociale, web series, podcast narrativo, ecc.), attraverso il coinvolgimento attivo dei destinatari. La conduzione del laboratorio sarà affidata, previa procedura di selezione, a una società o ente del Terzo Settore esterno, dotato di comprovata esperienza nel settore della produzione di contenuti narrativi e audiovisivi. Le modalità di attuazione garantiranno processi partecipativi, volti a promuovere la creatività, il lavoro di gruppo e la consapevolezza sociale dei partecipanti, assicurando opportunità concrete di espressione, confronto e contributo diretto alla costruzione del prodotto finale. Le risultanze dell'attività saranno opportunamente documentate e valorizzate

nell'ambito delle azioni di disseminazione e valorizzazione dei risultati progettuali

5 **Attività 8.1 - La Relazione di Coerenza - Relazione finale rendicontazione** Sarà individuato un revisore legale dei conti o da altra società di revisione legale iscritti nell'apposito registro istituito presso il Ministero dell'economia e delle finanze, in applicazione del D.lgs. n.39/2010, verificherà ed attesterà la sussistenza di tutti i documenti giustificativi relativi agli importi rendicontati, la loro pertinenza al piano finanziario di cui al § 6, l'esattezza e l'ammissibilità delle spese in conformità alla sopra citata circolare n. 2/2009

6 **Attività 8.2** - Una società di comprovata esperienza e solido posizionamento nel settore delle certificazioni e valutazioni sarà selezionata per la **valutazione d'impatto sociale** la quale provvederà a stimare qualitativamente e quantitativamente, sul breve, medio e lungo periodo, gli effetti delle attività svolte sulla comunità di riferimento rispetto agli obiettivi progettuali prefissati, esaminando il processo che partendo dalle risorse disponibili (input) passando per la valutazione dei risultati immediati delle attività svolte dall'organizzazione, (output) per arrivare a valutare gli effetti (cambiamenti comportamentali, istituzionali e sociali) osservabili nel medio-lungo periodo raggiunti o presumibili degli output dell'intervento (azione, progetto, programma). Quindi vista l'importanza della valutazione di impatto ci si avvarrà di un ente terzo imparziale, il quale esaminerà e valuterà gli indicatori di impatto misurando quindi la qualità e la quantità degli effetti di lungo periodo generati dall'intervento progettuale, descrivendo i cambiamenti a livello regionale e nazionale, tenendo conto delle variabili esogene che lo influenzano.

10. Sistemi di valutazione

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

Obiettivo specifico	Attività	Tipologia strumenti
Promuovere la partecipazione femminile e le pari opportunità nello sport (OS1)	- Corsi di formazione in FAD (Attività 3) - A tutto Campo Days (Attività 6) - StoryLab (Attività 7)	- Ingressi piattaforma FAD - Calcolo numero di ingressi (lista scuole, prenotazioni etc) - Fogli firma partecipanti Lab
Rafforzare le competenze educative e inclusive delle organizzazioni sportive e degli operatori del Terzo Settore (OS2)	- Corsi di formazione in FAD (Attività 3) - Sportello (Attività 5) - A tutto Campo Days (Attività 6) - StoryLab (Attività 7)	- Ingressi piattaforma FAD - Foglio firma ingresso Sportello - Calcolo numero di ingressi (lista scuole, prenotazioni etc) - Fogli firma partecipanti Lab
Creare reti territoriali educative e sportive, stabili e multidisciplinari (OS3)	- Corsi di formazione in FAD (Attività 3) - Sportello (Attività 5) - A tutto Campo Days (Attività 6) - StoryLab (Attività 7)	- Ingressi piattaforma FAD - Foglio firma ingresso Sportello - Calcolo numero di ingressi (lista scuole, prenotazioni etc) - Fogli firma partecipanti Lab
Sensibilizzare l'opinione pubblica e le nuove generazioni sul valore dello sport come strumento di parità e inclusione. (OS4)	- Podcast (Attività 4) - Sportello (Attività 5) - A tutto Campo Days (Attività 6) - StoryLab (Attività 7)	- Contatore ascoltatori - Foglio firma ingresso Sportello - Calcolo numero di ingressi (lista scuole, prenotazioni etc) - Fogli firma partecipanti Lab

11. Attività di comunicazione

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

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia
Comunicazione iniziale e di avvio progetto (compresa conferenza stampa di presentazione)	Materiali di visibilità (roll-up, banner, ADV, cartellonistica ecc.), sito web, social media, newsletter, comunicati stampa, email, video teaser	Creazione di sito web e canali social, diffusione dell'iniziativa, sensibilizzazione e coinvolgimento iniziale della rete educativa e istituzionale	Numero di materiali distribuiti/pubblicati; Traffico web/social; Numero di iscritti alla newsletter e tasso di apertura comunicazioni;
Promozione e comunicazione durante il progetto (comunicazione, disseminazione, proiezione e diffusione del corto)	Materiali di visibilità (locandine, gadget, roll-up ecc.), radio, stampa locale, social network, sito web, comunicati periodici, rubriche online, contenuti multimediali prodotti dai partecipanti. L'attività prevedrà il coinvolgimento di testimonial per contribuire alla diffusione dei messaggi positivi.	Diffusione dei contenuti del progetto, sensibilizzazione, aumento dell'engagement e della partecipazione attiva	Numero di materiali distribuiti; Traffico e interazioni sui social e sul web; Partecipazione ad eventi e laboratori;
Campagna di comunicazione finale e disseminazione dei risultati (Conferenza stampa finale compresa nel grande evento istituzionale di divulgazione dei risultati)	Toolkit e materiali editoriali, piattaforma web, social network, radio e TV locali, stampa, newsletter, conferenza nazionale ed evento conclusivo, diffusione del podcast.	Diffusione e valorizzazione dei risultati progettuali, rafforzamento della rete educativa, raggiungimento di un target stimato di 100.000 soggetti.	Numero di contenuti e materiali diffusi; Partecipazione all'evento finale di divulgazione; Analisi di impatto comunicativo (copertura media, engagement)

Allegati: n° 0 *relativi alle collaborazioni (punto 8).*