

AVVISO N. 2/2023

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 2023.

MODELLO D

SCHEDA DELLA PROPOSTA (INIZIATIVA O PROGETTO)

1a.- Titolo

Consumatori Illuminati

1b - Durata

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

18 mesi

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

2a - Obiettivi generali¹

[1] Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico (Obiettivo 13)

[2] Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo (Obiettivo 12)

[3]

2b - Aree prioritarie di intervento²

[1] e) Sensibilizzazione delle persone sulla necessità di adottare comportamenti responsabili per contribuire a minimizzare gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle comunità naturali e umane; f) sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore.

[2] f) Promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile; b) Promozione e accompagnamento verso acquisti a maggiore sostenibilità e responsabilità.

[3]

¹ I i progetti e le iniziative da finanziare con le risorse del Fondo per l'anno 2023 devono concorrere al raggiungimento degli obiettivi generali, così come prescritto nel paragrafo 2 dell'Avviso n. 2/2023. Gli obiettivi indicati dall'atto di indirizzo, D.M. 101 del 20.07.2023, sono integralmente riportati nell'allegato 1 dell'avviso 2/2023.

² Sono integralmente riportate nell'allegato 1 dell'avviso 2/2023.

2c- Linee di attività³

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

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

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 2/2023.

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

Esporre sinteticamente:

3.1. Ambito territoriale del progetto/iniziativa

Il progetto svolgerà la propria attività su tutto il territorio nazionale. Tutte le regioni saranno interessate dall’attività di formazione e di diffusione attraverso i principali social network. Almeno 1 sportello di assistenza ed 1 attività di diffusione sarà realizzata in ogni regione italiana (media 3 incontri per regione). L’attività di consulenza sui CER sarà realizzata su tutto il territorio nazionale mentre l’attività di valutazione sarà attivata solo su richiesta dei cittadini.

3.2. Idea a fondamento della proposta

Il progetto Consumatori Illuminati nasce dalla constatazione che importanti cambiamenti in termini di modalità di consumo derivano, principalmente, da un incremento della consapevolezza del consumatore circa il bene/servizio consumato, le modalità di produzione e, soprattutto, gli effetti che il consumo esplica nella propria sfera personale/familiare. Il progetto propone di agire, principalmente, su quest’ultimo elemento informativo nei confronti dei consumatori sia per incrementare la consapevolezza su un utilizzo responsabile e sostenibile delle risorse, e sia per contribuire a minimizzare gli effetti del cambiamento climatico. Sebbene negli ultimi anni si siano succeduti diversi interventi da parte del legislatore in tema di riduzione dei consumi energetici (ad esempio l’etichettatura energetica degli elettrodomestici o la valutazione energetica degli edifici), i più importanti risultati in termini di efficacia sembrano esser stati raggiunti attraverso i diversi benefici fiscali concessi in tema di miglioramento energetico. Ovviamente questi incentivi hanno riguardato una piccola fascia di cittadini e soprattutto hanno quasi del tutto escluso i cittadini meno abbienti sia per motivi legati all’accesso agli incentivi che alla conoscenza degli stessi. Rispetto alle attività fino ad ora svolte, il progetto Consumatori Illuminati prevede un approccio integrato alla tematica della riduzione dei consumi energetici, incrementando le conoscenze e le competenze dei consumatori e supportandoli ad effettuare delle piccole scelte nella loro quotidianità al fine di ottenere una riduzione dei consumi energetici e contribuire, attivamente, a minimizzare gli effetti del cambiamento climatico.

3.3. Descrizione del contesto

A partire dalla seconda metà del 2021 i prezzi di elettricità e gas hanno subito un incremento esponenziale: basti pensare che, come riportato nell’ultimo Rapporto dell’Osservatorio sulla Povertà Energetica in Italia, le famiglie si sono trovate a dover sostenere costi più che raddoppiati per energia elettrica (+142%) e gas (+109%) tra il 2020 e il 2022. Gli aumenti hanno avuto un impatto deflagrante sui bilanci familiari, con un duplice effetto: da una parte il fenomeno della povertà energetica è diventato molto più esteso e dall’altra le questioni relative ai costi delle materie prime energetiche sono diventate tema di interesse e dibattito comune per l’opinione pubblica. Parallelamente, si è verificata un’impennata del costo della vita: l’inflazione ha toccato quota +3,8% su base annua a novembre 2021 per arrivare al +5,3% registrato ad ottobre 2023. Il livello dei prezzi è diventato insostenibile per segmenti sempre più ampi della popolazione, spingendo un crescente numero di cittadini a cercare soluzioni che consentano di risparmiare. A ciò si aggiunge la crescente attenzione delle istituzioni nazionali e internazionali nei confronti di tali tematiche tanto che anche l’Unione Europea sta intervenendo per aiutare i cittadini a ridurre i consumi: a livello comunitario lo strumento delle CER è stato individuato come tra i più efficaci per raggiungere tali obiettivi, tanto da spingere la Commissione Europea ad includere, già nel 2019, disposizioni sul concetto di comunità energetiche nel pacchetto “Energia pulita per tutti gli europei”.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

La problematica dei prezzi di cui al punto 3.3 si traduce in una accresciuta sensibilità dell'opinione pubblica verso i temi relativi all'efficienza energetica in quanto connessi a concrete possibilità di risparmio. A tale proposito è stata riscontrata una conoscenza ancora scarsa di alcuni strumenti che invece potrebbero consentire di contenere spese e consumi. Secondo l'OIPE, nel 2021, quasi 2,2 milioni di famiglie, quindi l'8,5% del totale si trovavano in condizione di povertà energetica e lo stesso Osservatorio ha individuato nell'accesso ai bonus e nel miglioramento dell'efficienza energetica i principali strumenti per contrastare il fenomeno: ciò significa che informare i cittadini su come sfruttare al meglio l'energia e contenere i consumi nonché sui criteri e le modalità di accesso al bonus, equivale a realizzare un intervento di utilità sociale per il contrasto alle disuguaglianze. L'esigenza informativa da parte della popolazione si manifesta poi anche sul fronte degli strumenti di più recente diffusione. Secondo un rapporto di Symbola, Tea e Ipsos, solo il 13% dei cittadini ha familiarità con la nozione di CER; nello stesso report emerge tuttavia come una volta venuti a conoscenza del concetto, i cittadini mostrino un atteggiamento di apertura nei confronti delle comunità energetiche, tanto che quasi il 60% del campione si dice disposto a prendervi parte. Ciò dimostra dunque le enormi potenzialità di ampliamento delle CER, se supportate da una adeguata opera di divulgazione. Le comunità energetiche hanno poi effetti, spesso non adeguatamente valorizzati, anche nel tessuto sociale. Le Comunità Solidali, nello specifico, sono realtà dedicate ai soggetti ed ai territori più in difficoltà, la produzione, la condivisione e il consumo di energia da fonti rinnovabili in forme comunitarie, possono rappresentare anche una chiave per combattere disuguaglianze, povertà energetica e per offrire occasioni di sviluppo.

3.5. Metodologie

Indicare con una X la metodologia dell'intervento proposto

A) Innovative rispetto:

al contesto territoriale

alla tipologia dell'intervento

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

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

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

Specificare le caratteristiche:

L'innovazione dell'intervento è riscontrabile in primis nell'acquisizione di nuove competenze da parte degli enti coinvolti e dalla possibilità di erogare nuovi servizi gratuiti a supporto dei cittadini su un tema sempre più rilevante e in merito al quale – visto l'imminente passaggio al mercato libero di milioni di utenti– si stima un considerevole aumento del volume di richieste di assistenza e informazione. Altro elemento fortemente innovativo dell'iniziativa è costituito dal supporto all'autovalutazione dei consumi tramite tool dedicati (attualmente noti e utilizzati perlopiù da "addetti ai lavori" o comunque in ambito professionale e aziendale) nonché dalle valutazioni previste in via sperimentale presso le abitazioni dei cittadini che ne richiedano lo svolgimento. La metodologia dell'intervento prevede un approccio integrato che comporta l'incremento delle competenze del personale delle associazioni proponenti, l'accrescimento delle conoscenze da parte dei cittadini ed il supporto specialistico sia per risolvere specifiche problematiche che per valutare i propri modelli di consumo e/o produzione ed autoconsumo.

4- Risultati attesi (Massimo due pagine)

Con riferimento agli obiettivi descritti, indicare:

<i>Destinatari degli interventi (specificare)⁴</i>	<i>Numero</i>	<i>Modalità di individuazione</i>
Formazione Operatori e Consulenti di sportello	80	Operatori e consulenti delle associazioni proponenti che saranno impegnati nelle successive attività del progetto. Fogli firma incontri formativi. Proprio grazie al know-how acquisito nella fase di formazione, il personale formato sarà in grado di continuare ad erogare i servizi di consulenza anche dopo la fine dell'attività progettuale.
Cittadini nei territori che riceveranno informazioni sulle tematiche di progetto e sulle modalità di accesso ai servizi di consulenza/assistenza	2.850.000 utenti raggiunti. 15.000 cittadini che risponderanno ai post	Profilazione attraverso i social network utilizzati per la campagna di comunicazione. Analytics dai principali social network. L'engagement attraverso i social media consentirà effetti moltiplicativi dei soggetti coinvolti grazie ad una gestione attiva dei profili social.
Cittadini dei territori interessati partecipanti agli incontri informativi	3.000 (60 incontri / 50 partecipanti ad incontro)	Elenco partecipanti o foto eventi.
Cittadini che si rivolgono agli sportelli per attività di consulenza/assistenza	4.800 (media 20 richieste al mese per singolo sportello energetico per 12 mesi)	Elenco richieste ricevute ed attività effettuate Grazie alle indicazioni fornite dagli operatori di sportello, i cittadini potranno diventare a loro volta veicolo di diffusione delle informazioni sui temi in oggetto nei confronti di altri utenti, sia sotto il profilo teorico (contribuendo in misura significativa ad innescare un cambiamento di approccio nei confronti dei temi connessi al risparmio energetico e al contenimento dei consumi e diffondendo una cultura dell'efficienza energetica che possa costituire la base per portare le persone a modificare le proprie scelte di consumo e di investimento in un'ottica di lungo periodo) che dal punto di vista pratico e prettamente quotidiano (ad esempio

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).

		indicando i comportamenti e le scelte più efficaci sperimentati in prima persona per ridurre i consumi e i costi), dando così luogo ad un evidente effetto moltiplicatore.
Modelli sperimentali di CER	15	Numero enti coinvolti.
Cittadini che richiedono supporto per l'attività di autovalutazione	1.700 cittadini	L'assistenza nelle procedure di autovalutazione richiesta dai cittadini deriverà, almeno in parte, dalle consulenze erogate presso gli sportelli, poiché si stima che proprio in seguito alle informazioni ricevute dal personale delle associazioni gli utenti siano spinti ad avere maggiore contezza della propria specifica situazione domestica sul fronte, dei consumi, del dispendio energetico, in modo tale da individuare possibili sprechi di cui non siano consapevoli. L'attualità del tema e le rinnovate esigenze info-formative dei consumatori potranno determinare un ulteriore incremento della domanda. Elenco richieste ricevute ed attività effettuate
Cittadini che richiedono il servizio di valutazione dei consumi domestici	80	Le valutazioni da svolgere presso le abitazioni dei cittadini, avviate nel quadro della presente proposta in forma sperimentale, potranno costituire la base per il futuro svolgimento di analoghe operazioni in misura più ampia e sistematica. Grazie alle valutazioni svolte, sarà possibile acquisire elementi ed evidenze sia sul piano prettamente esperienziale che sul piano teorico per una attività estendibile e implementabile sul piano quali-quantitativo. Rapporti di valutazione sui consumi domestici elaborati

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

Nel quadro del progetto Consumatori Illuminati è previsto, per il raggiungimento degli obiettivi posti, lo svolgimento di quattro macro-attività:

1) Formazione 2) Disseminazione 3) Consulenza 4) Valutazione.

1) Formazione degli sportellisti e dei consulenti delle associazioni dei consumatori aderenti

Il rafforzamento delle competenze del personale impiegato dalle associazioni dei consumatori gioca un ruolo fondamentale nella possibilità di poter offrire ai cittadini un servizio di assistenza e consulenza qualificato. Attraverso l'attività di formazione, il progetto punta a sviluppare competenze specifiche sui temi del risparmio energetico, delle energie rinnovabili, del consumo sostenibile e responsabile, degli incentivi fiscali esistenti, sulle comunità energetiche rinnovabili (CER) e sulle modalità di valutazione del consumo energetico degli edifici. Queste competenze saranno utilizzate nelle fasi successive del progetto per poter realizzare le attività di disseminazione, di consulenza e di valutazione.

1.1 – Programmazione dei moduli formativi e realizzazione del materiale formativo.

In questa prima attività, tutte le associazioni partecipanti al progetto in qualità di partner e di collaborazioni gratuite svilupperanno nel dettaglio i moduli formativi, la programmazione dell'erogazione della formazione, e realizzeranno i materiali utili all'attività formativa sia in presenza che da remoto. Federconsumatori – APS e Adusbef si occuperanno di pianificare l'attività formativa in presenza coinvolgendo gli altri partner di progetto. Verrà creato un gruppo di esperti composto da diverse professionalità che avrà il compito di sviluppare i moduli formativi ed il materiale di formazione, anche grazie alla collaborazione della Fondazione ISSCon. Le professionalità provenienti sia dai partner di progetto che dalle collaborazioni gratuite, realizzeranno i materiali formativi, tra cui una guida sugli incentivi fiscali fruibili dai consumatori, una guida sulle comunità energetiche rinnovabili ed una guida per condurre l'analisi e l'audit degli stili di consumo con uno specifico focus sulle abitazioni. Su quest'ultimo punto verranno creati specifici strumenti di analisi, valutazione e reportistica, fra cui un'indagine sui comportamenti dei consumatori rispetto ai temi del consumo sostenibile e dell'economia circolare, ed una ricerca sull'impatto dell'energia e sul processo di democratizzazione del settore energetico in Italia.

1.2 – Realizzazione eventi di formazione frontale

Due eventi di formazione frontale verranno realizzati nei primi mesi di progetto e coinvolgeranno circa 80 partecipanti. Ciascuna associazione dei consumatori parteciperà con i propri operatori e consulenti, che dopo l'attività di formazione saranno coinvolti nell'attività di disseminazione, consulenza e valutazione. Gli eventi avranno la durata di due giorni ciascuno e coinvolgeranno alcuni partecipanti al gruppo di esperti in qualità di formatori nonché altre professionalità provenienti principalmente dagli altri enti che collaborano alla realizzazione del progetto (Fratello Sole). Due moduli specifici verranno realizzati sulle CER e sulle modalità di auto-valutazione e valutazione dei consumi. Rispetto alle CER il modulo si occuperà di evidenziare i benefici della loro costituzione, gli elementi e le modalità di costituzione. Rispetto ai processi di valutazione ed auto-valutazione verranno individuati ed analizzati il funzionamento dei software gratuiti ad oggi esistenti (ad esempio software ENEA per l'autovalutazione dei consumi) nonché gli strumenti per poter effettuare una analisi più dettagliata dei consumi domestici (ad esempio l'uso delle telecamere ad infrarossi e dei materiali predisposti per l'audit energetico).

1.3 – Realizzazione video formativi

I contenuti sviluppati dal gruppo di esperti (attività 1.1) saranno ulteriormente approfonditi in una collana di video formativi (da 6 a 10 video) rivolti sia ai partecipanti alla formazione sia ad un più ampio pubblico. Alcuni video saranno realizzati con modalità interattiva per consentire ai fruitori di testare le proprie competenze in materia di consumo responsabile e sostenibile.

2) Disseminazione

A livello nazionale verranno realizzati incontri informativi con i cittadini (almeno un incontro per regione/provincia autonoma) e verrà realizzata una campagna di sensibilizzazione attraverso l'utilizzo dei social media e grazie alle collaborazioni gratuite opportunamente concordate (SPI, SUNIA, Cooperativa Nuovi Orizzonti Sociali, Fondazione ISSCON, Ubuntu ETS).

2.1 – Realizzazione incontri informativi

Tutte le associazioni dei consumatori partecipanti organizzeranno nei propri territori degli eventi informativi che coinvolgeranno i cittadini in una attività di sensibilizzazione/informazione. Giornate informative, focus group, stand itineranti (anche presso le sedi di altri enti/associazioni, che facciano o meno parte dei soggetti con cui sono state concordate le collaborazioni a titolo gratuito, es. le sedi SPI e SUNIA) e partecipazione a fiere saranno solo alcune delle modalità che potranno essere utilizzate per coinvolgere i cittadini nelle attività informative e un focus particolare verrà realizzato sulle CER. Durante queste attività verranno distribuiti materiali informativi e piccoli omaggi (ad esempio prese elettriche con timer, sensori di movimento per le luci, etc.) volti a far comprendere come semplici cambiamenti nella quotidianità possano contribuire ad un uso più efficiente dell'energia. Nel corso degli incontri sarà inoltre promossa l'attività di consulenza ed assistenza gratuita realizzata dagli sportelli delle associazioni proponenti nonché l'attività di valutazione dell'efficienza energetica dei consumi domestici.

2.2 – Realizzazione campagna informativa attraverso i social media

Federconsumatori - APS, Adusbef e NeXt Economia svilupperanno attraverso i propri social media una campagna di sensibilizzazione che promuoverà le attività di progetto e distribuirà i prodotti informativi e formativi realizzati. A tale proposito è opportuno premettere che le associazioni dei consumatori, per la natura stessa dei temi trattati nell'ambito della loro attività, raggiungono più facilmente le fasce di età più adulte della popolazione; tuttavia, nell'intento di diffondere nella maggiore misura possibile le attività erogate nel quadro del progetto e di ampliare il pubblico dei beneficiari, si ritiene fondamentale svolgere una campagna informativa in cui i social media abbiano un ruolo cruciale. Secondo il report 2023 di Blacklemon, in Italia Facebook e Instagram contano rispettivamente 29 milioni e 27,3 milioni di utenti attivi: si tratta di cifre che fanno emergere con chiarezza il livello di pervasività raggiunto dai social network nella vita quotidiana dei cittadini e che dimostrano appunto l'importanza strategica di questi stessi strumenti per la diffusione capillare di messaggi e informazioni. Attraverso questa attività, quindi, sarà possibile rivolgersi ad un più ampio pubblico al fine di aumentare l'efficacia del progetto ed incrementare la partecipazione dei cittadini.

2.3 – Realizzazione promozione attività dello sportello

Tutte le associazioni dei consumatori partecipanti organizzeranno una attività specifica di promozione dei servizi gratuiti svolti dagli sportelli delle associazioni sul tema dell'utilizzo efficiente delle risorse energetiche. In questa attività, attraverso la realizzazione di azioni come affissioni, volantinaggio, newsletter, pubblicazioni sui profili social etc., verranno segnalati gli indirizzi, gli orari e le modalità con le quali richiedere i servizi di consulenza/assistenza e/o di valutazione.

2.4 – Evento finale per la condivisione dei risultati raggiunti

Al termine del progetto verrà realizzato un evento finale nel quale saranno condivisi i risultati raggiunti, analizzati gli ambiti di miglioramento e sottoscritti eventuali accordi per un proseguo delle attività degli sportelli energetici. All'evento saranno invitati i principali stakeholder istituzionali, gli esperti che hanno partecipato al progetto e parte del personale che ha svolto l'attività sul territorio.

3) Consulenza ed assistenza

Gli operatori delle associazioni proponenti, opportunamente formati, saranno in grado di fornire informazioni ai cittadini rispetto alle scelte da intraprendere per un consumo consapevole.

3.1 – Realizzazione attività di consulenza ed assistenza

Tutte le associazioni presenti su uno specifico territorio creeranno uno o più sportelli energia. Per ogni sportello si stima l'erogazione di un servizio di assistenza e consulenza per un giorno a settimana distribuito secondo gli orari di apertura. Gli sportelli avranno il compito di illustrare ai consumatori le modalità di consumo volte ad un uso più efficiente dell'energia, gli incentivi fiscali esistenti e le condizioni contrattuali applicate dalle aziende erogatrici operanti nei singoli mercati.

Il servizio di consulenza ed assistenza potrà essere erogato anche attraverso uno sportello itinerante su richiesta degli enti che collaborano gratuitamente così come sulla base dell'individuazione di specifici bisogni da parte dei partner territoriali.

3.2 – Realizzazione attività di consulenza ed assistenza per la costituzione di una CER

Per questa sezione del progetto sarà realizzata, a cura di NexT Economia, una mappatura delle comunità energetiche (100 modelli di CER e 50 modelli di autoconsumo) con particolare riguardo agli indicatori di sostenibilità e impatto. A questo primo step se ne aggiungerà uno successivo, in cui è prevista la realizzazione di una sperimentazione e simulazione di 3 Comunità Energetiche a Impatto Sociale composte da cittadini, ETS e Comuni: questa sezione sarà specificamente dedicata ai partner di progetto, e in particolare alle realtà territoriali delle associazioni dei consumatori coinvolte, in qualità di ETS e di soggetti promotori di attività di utilità sociale. I rappresentanti dei consumatori avranno la possibilità di sperimentare un modello potenzialmente applicabile, in futuro, a livello concreto: la simulazione consentirà di familiarizzare con le dinamiche proprie delle CER, di studiarne le caratteristiche e di verificarne il funzionamento. Gli operatori saranno pertanto attivamente coinvolti in un processo di significativo miglioramento del proprio ruolo di tutela dei consumer e dei prosumer. poiché la partecipazione in prima persona alla simulazione fornirà alle associazioni gli strumenti nozionistici e pratici necessari a migliorare in misura significativa il livello dell'attività in difesa dei diritti degli utenti in uno scenario che presenta una duplice articolazione: da una parte l'esigenza di assistenza in questo ambito è destinata ad aumentare ma allo stesso tempo, nelle condizioni attuali, i cittadini hanno difficoltà ad individuare soggetti affidabili a cui rivolgersi per tutelarsi. In questo quadro, quindi, gli operatori saranno in grado di incrementare appunto la tutela dei cittadini in relazione in particolare di eventuali proposte di adesione alle Comunità Energetiche con fini speculativi, garantendo inoltre il reale scopo solidaristico delle CER.

4) Valutazione dei consumi energetici domestici

L'ultima attività svolta dal progetto, ma non meno importante, sarà quella della valutazione dei consumi energetici domestici attraverso la quale i cittadini potranno richiedere agli sportelli energetici una valutazione gratuita dei propri consumi.

4.1 – Supporto all'autovalutazione

In questa prima attività, che sarà svolta presso gli sportelli fisici o itineranti, i cittadini potranno richiedere supporto nell'utilizzo e nella compilazione degli strumenti di autoanalisi dei consumi domestici. Attualmente i software disponibili per svolgere le operazioni di valutazione sono destinati pressoché esclusivamente ad impieghi professionali e vengono utilizzati in prevalenza da ingegneri, architetti e altre figure specializzate. Ciò si traduce in primis in una oggettiva difficoltà di accesso ai tool – tanto che spesso gli utenti ne ignorano la esistenza – e in secondo luogo in una fattiva impossibilità di utilizzo a causa dell'assenza del know how che il software richiederebbe per l'autovalutazione. Le competenze acquisite nell'ambito del percorso di formazione svolto nella prima fase del progetto consentiranno pertanto al personale delle associazioni proponenti di risolvere tali criticità, non solo supportando i cittadini nella corretta compilazione dello strumento ma anche fornendo le informazioni utili ad affrontare con consapevolezza eventuali proposte da parte di aziende operanti sul mercato.

4.2 – Valutazione dei consumi domestici

Attraverso questa le associazioni proponenti offrono ai cittadini la possibilità di usufruire di una valutazione gratuita personalizzata dei propri consumi domestici.

4.2.a) Attività di analisi

I cittadini potranno rivolgersi agli sportelli delle associazioni per richiedere l'effettuazione di una analisi dei consumi domestici richiedendo la visita di un incaricato presso la propria abitazione. Uno o più incaricati delle associazioni proponenti svolgeranno un lavoro di analisi presso le abitazioni dei richiedenti che coinvolgerà sia elementi strutturali (quali ad esempio l'edificio), che elementi mobili (elettrodomestici, sistemi di riscaldamento/raffreddamento), che elementi immateriali

(modalità di consumo). Attraverso l'uso di strumentazione quali termocamere, igrometri, checklist specifiche i verificatori saranno in grado di raccogliere tutti gli elementi che consentiranno la successiva valutazione;

4.2.b) Attività di valutazione

Le informazioni raccolte nella fase di analisi verranno utilizzare per compilare il test di valutazione. Obiettivo di questa fase è valutare nel complesso il consumo domestico ed evidenziare eventuali miglioramenti da apportare sia in termini di comportamenti che di investimenti/acquisti. Il risultato della valutazione dovrà comunque offrire, laddove possibile, soluzioni di miglioramento attuabili con un basso investimento al fine di garantire una maggiore inclusività nell'azione del progetto;

4.2.c) L'attività di analisi e valutazione sarà contenuta in un rapporto di valutazione che sarà condiviso con il cittadino che ha richiesto il servizio. Il rapporto conterrà raccomandazioni sui comportamenti da modificare e indicazioni circa gli investimenti/acquisti da effettuare per aumentare l'efficienza energetica dei propri consumi.

4.2.d) Laddove possibile, per tipologia di intervento intrapreso dai consumatori verrà effettuata una attività di follow-up volta a monitorare gli effetti delle raccomandazioni proposte.

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	■	■	■	■														
1.2				■		■												
1.3				■														
2.1					■	■	■	■	■	■	■							
2.2					■	■	■											
2.3					■	■	■	■	■	■	■							
2.4																		■
3.1								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3.2								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4.1									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4.2								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

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

Nr.	Numero	Tipo attività che verrà svolta	Ente di appartenenza	Livello di Inquadramento professionale [2]	Forma Contrattuale	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	3	A	Federconsumatori-APS	A	Dipendente	20.500
2	1	A	ADUSBEP APS	A	Collaboratore Esterno	6.000
3	1	A	Federconsumatori-APS	A	Collaboratore Esterno	4.000
4	1	B	Federconsumatori-APS	A	Dipendente	14.000
5	1	C	Federconsumatori-APS	A	Dipendente	3.100
6	1	C	Federconsumatori-APS	B	Dipendente	18.000
7	4	D	Federconsumatori-APS	A	Dipendente	43.640
8	4	D	Federconsumatori-APS	A	Dipendente	8.000
9	1	D	Federconsumatori-APS	B	Dipendente	13.500
10	1	B	ADUSBEP APS	A	Dipendente	10.500
11	1	C	ADUSBEP APS	A	Dipendente	450

12	1	C	ADUSBEP APS	B	Dipendente	2.700
13	1	D	ADUSBEP APS	A	Dipendente	14.000
14	10	D	ADUSBEP APS	A	Collaboratore Esterno	24.000
15	1	D	ADUSBEP APS	B	Dipendente	11.960
16	1	B	Federconsumatori Emilia-Romagna aps	B	Dipendente	3.500
17	1	C	Federconsumatori Emilia-Romagna aps	B	Collaboratore Esterno	1.000
18	1	C	Federconsumatori Emilia-Romagna aps	C	Dipendente	750
19	3	D	Federconsumatori Emilia-Romagna aps	A	Dipendente	5.250
20	3	D	Federconsumatori Emilia-Romagna aps	A	Collaboratore Esterno	2.000
21	3	D	Federconsumatori Emilia-Romagna aps	B	Dipendente	15.200
22	1	B	Federconsumatori regionale Lombar- dia APS	B	Dipendente	3.500
23	1	C	Federconsumatori regionale Lombar- dia APS	B	Collaboratore Esterno	1.000

24	1	C	Federconsumatori regionale Lombardia APS	C	Dipendente	750
25	3	D	Federconsumatori regionale Lombardia APS	A	Dipendente	5.250
26	1	D	Federconsumatori regionale Lombardia APS	A	Collaboratore Esterno	2.000
27	5	D	Federconsumatori regionale Lombardia APS	B	Dipendente	26.600
28	1	B	Federconsumatori Marche APS-ETS	B	Dipendente	3.500
29	1	C	Federconsumatori Marche APS-ETS	B	Collaboratore Esterno	1.000
30	1	C	Federconsumatori Marche APS-ETS	C	Dipendente	750
31	3	D	Federconsumatori Marche APS-ETS	A	Dipendente	5.250
32	1	D	Federconsumatori Marche APS-ETS	A	Collaboratore Esterno	2.000
33	3	D	Federconsumatori Marche APS-ETS	B	Dipendente	11.200

34	1	B	Federconsumatori Piemonte APS	B	Dipendente	3.500
35	1	C	Federconsumatori Piemonte APS	B	Collaboratore Esterno	1.000
36	1	C	Federconsumatori Piemonte APS	C	Dipendente	750
37	3	D	Federconsumatori Piemonte APS	A	Dipendente	5.250
38	1	D	Federconsumatori Piemonte APS	A	Collaboratore Esterno	2.000
39	3	D	Federconsumatori Piemonte APS	B	Dipendente	11.200
40	1	B	Federconsumatori Sicilia APS	B	Dipendente	3.500
41	1	C	Federconsumatori Sicilia APS	B	Collaboratore Esterno	1.000
42	1	C	Federconsumatori Sicilia APS	C	Dipendente	750
43	3	D	Federconsumatori Sicilia APS	A	Dipendente	5.250
44	1	D	Federconsumatori Sicilia APS	A	Collaboratore Esterno	2.000
45	3	D	Federconsumatori Sicilia APS	B	Dipendente	14.000

46	1	B	Federconsumatori Gorizia APS	B	Dipendente	3.500
47	1	C	Federconsumatori Gorizia APS	B	Collaboratore Esterno	1.000
48	5	C	Federconsumatori Gorizia APS	C	Dipendente	750
49	5	D	Federconsumatori Gorizia APS	A	Dipendente	5.250
50	1	D	Federconsumatori Gorizia APS	A	Collaboratore Esterno	2.000
51	3	D	Federconsumatori Gorizia APS	B	Dipendente	14.000
52	1	B	Federconsumatori Abruzzo APS	B	Dipendente	3.500
53	1	C	Federconsumatori Abruzzo APS	B	Collaboratore Esterno	1.000
54	1	C	Federconsumatori Abruzzo APS	C	Dipendente	750
55	3	D	Federconsumatori Abruzzo APS	A	Dipendente	5.250
56	1	D	Federconsumatori Abruzzo APS	A	Collaboratore Esterno	2.000
57	5	D	Federconsumatori Abruzzo APS	B	Dipendente	14.000
58	1	B	Federconsumatori della Toscana	B	Dipendente	3.500
59	1	C	Federconsumatori della Toscana	B	Collaboratore Esterno	1.000
60	1	C	Federconsumatori della Toscana	C	Dipendente	750

61	3	D	Federconsumatori della Toscana	A	Dipendente	5.250
62	1	D	Federconsumatori della Toscana	A	Collaboratore Esterno	2.000
63	5	D	Federconsumatori della Toscana APS	B	Dipendente	14.000
64	1	B	Federconsumatori della Sardegna APS	B	Dipendente	3.500
65	1	C	Federconsumatori della Sardegna APS	B	Collaboratore Esterno	1.000
66	1	C	Federconsumatori della Sardegna APS	C	Dipendente	750
67	3	D	Federconsumatori della Sardegna APS	A	Dipendente	5.250
68	1	D	Federconsumatori della Sardegna APS	A	Collaboratore Esterno	2.000
69	5	D	Federconsumatori della Sardegna APS	B	Dipendente	14.000
70	1	B	NeXt Nuova Economia	A	Dipendente	4.000
71	1	B	NeXt Nuova Economia	B	Collaboratore Esterno	5.000
72	1	C	NeXt Nuova Economia	A	Dipendente	12.000

73	1	D	NeXt Nuova Economia	A	Dipendente	7.500
74	1	D	NeXt Nuova Economia	A	Dipendente	10.500
75	1	D	NeXt Nuova Economia	B	Dipendente	10.500
76	1	D	NeXt Nuova Economia	B	Dipendente	10.500
77	1	D	NeXt Nuova Economia	A	Dipendente	24.000

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 ⁵	Ente di appartenenza	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1				
2				
3				
4				
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 6 dell'Avviso.

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

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1	Fratello Sole	Attività Formativa
2	Sindacato Pensionati Italiani – SPI CGIL	Attività di Sensibilizzazione
3	Sindacato Unitario Nazionale Inquilini e Assegnatari - SUNIA	Attività di Sensibilizzazione
4	Fondazione ISSCON	Attività Formativa
5	Cooperativa Nuovi Orizzonti Sociali	Attività di Sensibilizzazione
6	Ubuntu ETS	Attività di Sensibilizzazione

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 2/2023.

E.2 – Realizzazione collana video formativi;

E.3 - Realizzazione survey/ricerca propedeutica all'attività formativa;

E.4 – Supporto alla gestione della campagna di sensibilizzazione attraverso i social media.



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
Sviluppo delle reti associative del Terzo settore e rafforzamento della loro capacity building, funzionale all'implementazione dell'offerta di servizi di supporto agli enti del Terzo settore	Formazione Operatori e Consulenti di sportello	Somministrazione questionari di verifica al termine attività formativa e dei video formativi.
Sensibilizzazione delle persone sulla necessità di adottare comportamenti responsabili per contribuire a minimizzare gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle comunità naturali e umane;	Cittadini nei territori che riceveranno informazioni sulle tematiche di progetto e sulle modalità di accesso ai servizi di consulenza/assistenza	Analytics social media
Promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile; b) Promozione e accompagnamento verso acquisti a maggiore sostenibilità e responsabilità.	Cittadini dei territori interessati partecipanti agli incontri informativi	Lista partecipanti
Promozione e accompagnamento verso acquisti a maggiore sostenibilità e responsabilità.	Cittadini che si rivolgono agli sportelli per attività di consulenza/assistenza	Elenco pratica realizzate
Promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile;	Enti che richiedono supporto per la costituzione di una CER (numero individui per singola CER)	Prototipi di CER realizzati
Cittadini che richiedono supporto per l'attività di autovalutazione	Cittadini che richiedono supporto per l'attività di autovalutazione	Elenco pratica realizzate
Cittadini che richiedono il servizio di valutazione dei consumi domestici	Cittadini che richiedono il servizio di valutazione dei consumi domestici	N° rapporti di valutazione

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
Campagna di sensibilizzazione attraverso i principali social	Facebook, Instagram, Tik Tok	2.850.000 persone raggiunte e	Analytics

<i>network</i>		<i>15.000 interazioni</i>	
<i>Incontri divulgativi a livello regionale (60)</i>	<i>Incontri formali e informali</i>	<i>60 partecipanti ad incontro</i>	<i>Foglio presenze, foto</i>
<i>Evento finale</i>	<i>Convegno – Tavola Rotonda</i>	<i>100 partecipanti</i>	<i>Foglio presenze</i>
<i>Divulgazione progetto attraverso le pagine web degli enti partecipanti</i>	<i>Siti web istituzionali degli enti partecipanti</i>	<i>350.000 visualizzazioni</i>	<i>Metriche siti web</i>
<i>Articoli sulle riviste degli enti partecipanti</i>	<i>Riviste periodiche enti</i>	<i>20.000 copie</i>	<i>N° copie distribuite</i>

Allegati: n° 6 relativi alle collaborazioni (punto 8).