

MODELLO D

SCHEDA DI PROGETTO

1a.- Titolo

ZPORT – Social Generation 5.0

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] **Salute e benessere: assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età**

[2] **Porre fine ad ogni forma di povertà**

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

2b - Aree prioritarie di intervento²

[1] **Promozione dell'attività sportiva**

[2] **Sviluppo della cultura del volontariato, in particolare tra i giovani**

[3] **Prevenzione e contrasto di ogni forma di violenza fisica o mentale, lesioni o abusi, abbandono, maltrattamento o sfruttamento, compresa la violenza sessuale sui bambini e bambine, nonché adolescenti e giovani**

¹ I i progetti e le iniziative da finanziare con le risorse del Fondo per l'anno 2020 devono concorrere al raggiungimento degli obiettivi generali, così come prescritto nel paragrafo 2 dell'Avviso n. 2/2020. Gli obiettivi indicati dall'atto di indirizzo, D.M. 44 del 12.03.2020, sono integralmente riportati nell'allegato 1 dell'avviso 2/2020.

² Sono integralmente riportate nell'allegato 1 dell'avviso 2/2020.

2c- Linee di attività³

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

Il CSI, ai sensi dell'articolo 2 del proprio Statuto, **promuove, organizza e gestisce attività sportive dilettantistiche**. Può svolgere anche, sempre ai sensi dell'articolo 2 dello statuto, le ulteriori attività di interesse generale indicate all'art. 5 del decreto legislativo 117/17 che qui si riportano:

- a) interventi e servizi sociali ai sensi dell'articolo 1, commi 1 e 2, della legge 8 novembre 2000, n. 328, e successive modificazioni, e interventi, servizi e prestazioni di cui alla legge 5 febbraio 1992, n. 104, e alla legge 22 giugno 2016, n.112, e successive modificazioni;
- b) prestazioni socio-sanitarie di cui al decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 14 febbraio 2001, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 129 del 6 giugno 2001, e successive modificazioni;
- c) 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;
- d) 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;
- e) interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio, ai sensi del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e successive modificazioni;
- f) formazione universitaria e post-universitaria;
- g) ricerca scientifica di particolare interesse sociale;
- h) 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;
- i) organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso;
- j) formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo scolastico e formativo, alla prevenzione del bullismo e del contrasto della povertà educativa;
- k) servizi strumentali ad enti del Terzo settore resi da enti composti in misura non inferiore al settanta per cento da enti del Terzo settore;
- l) cooperazione allo sviluppo, ai sensi della legge 11 agosto 2014, n. 125, e successive modificazioni;
- m) servizi finalizzati all'inserimento o al reinserimento nel mercato del lavoro delle lavoratrici e dei lavoratori e delle persone di cui all'articolo 2, comma 4, del decreto legislativo recante revisione della disciplina in materia di impresa sociale di cui all'articolo 1, comma 2, lettera c), della legge 6 giugno 2016, n. 106;
- n) beneficenza, sostegno a distanza, cessione gratuita di alimenti o prodotti di cui alla legge 19 agosto 2016, n. 166, e successive modificazioni, o erogazione di denaro, beni o servizi a sostegno di persone svantaggiate o di attività di interesse generale a norma del presente articolo;
- o) promozione della cultura della legalità, della pace tra i popoli, della nonviolenza e della difesa non armata;
- p) promozione e tutela dei diritti umani e dei diritti civili, sociali e politici, nonché promozione delle pari opportunità tra donne e uomini e delle iniziative di aiuto reciproco, incluse le banche del tempo 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;
- q) protezione civile ai sensi della legge 24 febbraio 1992, n. 225, e successive modificazioni;
- r) riqualificazione di beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata.

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

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 2/2020.

Esporre sinteticamente:

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

1. Abruzzo: Chieti, Chieti; l'Aquila, l'Aquila; Pescara, Pescara; Teramo, Teramo
2. Basilicata: Matera, Matera; Potenza, Potenza - Melfi
3. Calabria: Catanzaro, Catanzaro - Lamezia Terme, Reggio Calabria, Reggio Calabria
4. Campania: Caserta, Caserta - Aversa - Sessa Aurunca; Napoli, Napoli; Salerno, Salerno - Cava dei Tirreni
5. Emilia Romagna: Bologna, Bologna; Ferrara, Ferrara; Modena, Modena, Carpi; Ravenna, Ravenna; Reggio Emilia, Reggio Emilia
6. Friuli Venezia Giulia: Gorizia, Gorizia; Pordenone, Pordenone; Trieste, Trieste; Udine, Udine
7. Lazio: Frosinone, Frosinone - Cassino; Latina, Latina - Aprilia; Roma, Roma; Viterbo, Viterbo - Capranica
8. Liguria: Genova, Genova - Chiavari; Imperia, Imperia
9. Lombardia: Bergamo, Bergamo; Brescia, Brescia; Como, Como; Cremona, Cremona - Crema; Lecco, Lecco; Lodi, Lodi; Mantova, Mantova; Milano, Milano; Monza, Monza; Pavia, Pavia; Varese, Varese
10. Marche: Ascoli Piceno, Ascoli Piceno - San Benedetto del Tronto; Macerata, Macerata, Pesaro-Urbino, Pesaro, Fano
11. Molise: Campobasso, Campobasso; Isernia, Isernia
12. Piemonte: Alessandria, Alessandria; Asti, Asti; Cuneo, Cuneo; Novara, Novara; Torino, Torino; Verbania, Verbania
13. Puglia: Bari, Bari, Triggiano; Brindisi, Brindisi; Lecce, Lecce
14. Sardegna: Cagliari, Cagliari - San Gavino Monreale; Sassari, Sassari
15. Sicilia: Catania, Catania, Acireale, Caltagirone; Messina, Messina; Palermo, Palermo; Siracusa, Siracusa; Trapani, Trapani, Erice
16. Toscana: Arezzo, Arezzo; Firenze, Firenze; Grosseto, Grosseto, Follonica; Livorno, Livorno; Lucca, Lucca; Massa Carrara, Massa Carrara; Pisa, Pisa, Volterra; Pistoia, Pistoia; Prato, Prato
17. Trentino Alto Adige: Trento, Trento
18. Umbria: Perugia, Assisi, Foligno; Terni, Terni
19. Valle d'Aosta: Aosta
20. Veneto: Padova, Padova; Treviso, Treviso; Venezia, Venezia; Verona, Verona; Vicenza, Vicenza

3.2. *Idea a fondamento della proposta progettuale*

Ogni giorno, in tutta Italia, milioni di persone praticano sport e attività motoria. Dagli atleti che si preparano per Giochi Olimpici, campionati mondiali e le massime rassegne sportive, fino ad arrivare a giovani e adulti che partecipano alle attività in oratorio e a tornei amatoriali, tutti sono accomunati dalla voglia di fare movimento e dalla partecipazione ad attività più o meno organizzate da associazioni e società sportive, o Comitati di vario livello e territorialità. Questo sistema però, che da sempre ha caratterizzato lo sport italiano, sta ora vivendo un periodo di grande difficoltà. La crescita, seppur lieve, dei praticanti sportivi, infatti, non va di pari passo con il numero di tesserati a Federazioni e Discipline Associate, facendo aumentare la cosiddetta pratica sportiva destrutturata, ovvero svolta senza alcun intermediario o senza alcuna sovrastruttura associativa. La pandemia non ha fatto altro che acuire questa difficoltà, costringendo molte società o associazioni sportive ad interrogarsi sulla propria possibilità di sopravvivere alle difficoltà economiche e gestionali che il virus sta generando.

Il costante calo (e la probabile scomparsa) di molte società sportive, generato anche da una scarsa capacità di innovazione e trasformazione dello stesso associazionismo sportivo, sta avendo e continuerà ad avere però una forte ripercussione su tutto il sistema sportivo italiano, non riuscendo a rispondere in maniera

adeguata alle nuove domande di sport di giovani, adolescenti ed adulti, generando di fatto un imbuto nell'offerta sportiva che di fatto non permetterà a tutti di accedervi con ovvie difficoltà dal punto di vista sanitario, educativo e di welfare (basti pensare infatti al numero di giovani obesi o in sovrappeso che continua a non calare nonostante le tante campagne realizzate o alle continue difficoltà della pratica femminile). Il progetto si basa dunque sulla necessità di ripensare e sostenere l'associazionismo sportivo, legandolo ai bisogni reali dei tempi e delle persone, con l'obiettivo di avviare un percorso di crescita che torni a vedere le società sportive come presidi attivi sul territorio, capaci, anche grazie al supporto di dirigenti formati e di volontari appassionati, di sviluppare politiche sociali che promuovano benessere, socialità, integrazione, inclusione e uno stile di vita attivo.

3.3. Descrizione del contesto

L'associazionismo sportivo ha vissuto le seguenti fasi: 1. la fondazione: l'associazionismo sportivo nasce nel secondo dopoguerra come risposta alle esigenze di ricostruzione di occasioni di socialità; 2. la rappresentanza ideologica: l'associazionismo sportivo identifica espressioni di partiti o di ambiti sociali, culturali e religiosi, in forme più o meno accentuate; 3. la cittadinanza: l'associazionismo sportivo subisce la fase post ideologica, ma si adatta rivolgendosi direttamente ai singoli cittadini quali fruitori del servizio sportivo; 4. la promozione sociale: l'associazionismo sportivo matura un complesso dialogo con il terzo settore, quale ambito di affrancamento e/o di integrazione rispetto al sistema olimpico.

Ed oggi? La sfida digitale, la crescita degli unconventional sport, il prevalere dell'esperienza sportiva come fattore di benessere, crescita, autostima individuale e collettiva rispetto a quella esclusivamente prestazionale, la rete come connessione e network di soggetti differenti, l'interculturalità, l'automazione dei processi tradizionali (dal tesseramento alle piattaforme dei servizi), l'affermarsi della cosiddetta "generazione zeta", ecc., ha messo in seria difficoltà l'associazionismo sportivo tradizionale. Se da un lato infatti viene chiesta nuova pro attività, vengono richieste nuove domande di sport e di coinvolgimento, dall'altra, queste stesse società spesso mancano di competenze, professionalità e numeri per sapervi rispondere in maniera forte e istantanea, con il risultato che molti cittadini o svolgono attività sportiva in maniera autonoma o decidono di non praticare sport, scegliendo altre attività o hobby.

Infatti, i dati più recenti sulla pratica sportiva mostrano un panorama in chiaroscuro. I dati Istat 2019 stimano in soli quasi 21 milioni le persone di tre anni e più che dichiarano di praticare uno o più sport con continuità (26,6%) o saltuariamente (8,4%). Nel nostro Paese, dunque, oltre il 60% della popolazione non fa attività fisica corretta e regolare; quasi 4 persone su 10 praticano meno di 10 minuti di attività moderata o intensa 1 giorno a settimana e sono quindi sedentarie. Il rischio di sedentarietà aumenta con l'avanzare dell'età ed è maggiore tra le donne: la prevalenza di donne sedentarie è del 39,5% rispetto al 31,5% degli uomini. Il 22,2% delle donne del nostro Paese svolge attività fisica in maniera costante, in particolare fra gli 11 e i 25 anni. Nella stessa fascia d'età, secondo Eurobarometro, il 33% di loro è, invece, sedentario. Le persone in sovrappeso o obese, tra adulti e bambini, in Italia sono circa 25 milioni; questo è il resoconto statistico rilevato dall'Italian Obesity Barometer Report, realizzato in collaborazione con Istat e presentato in occasione del primo Summit Italiano sull'Obesità. In Italia, il 46% degli adulti, ovvero oltre 23 milioni di persone, e il 24% tra gli under 18 anni, vale a dire 1,7 milioni, è in eccesso di peso. Le donne mostrano un tasso di obesità inferiore (9,4%) rispetto agli uomini (11,8%). E il problema è più diffuso nelle regioni del Sud, dove sono ben il 32% e 26%, rispettivamente, i bambini e gli adolescenti in eccesso di peso. La sedentarietà è responsabile del 14,6% di tutte le morti in Italia, pari a circa 88.200 casi all'anno, e di una spesa in termini di costi diretti sanitari di 1,6 miliardi di euro annui per le quattro patologie maggiormente imputabili ad essa. Un aumento dei livelli di attività fisica e l'adozione di stili di vita salutari determinerebbero un risparmio per il Servizio Sanitario Nazionale (SSN) pari a oltre 2 miliardi e 300 mila euro in termini di prestazioni specialistiche e diagnostiche ambulatoriali, trattamenti ospedalieri e terapie farmacologiche evitate.

Ecco dunque che serve ripensare ad un nuovo modello di società sportive che sia in grado di offrire la propria proposta di sport adattandosi ai nuovi bisogni e alle nuove realtà comunicative, sociali e sportive. L'associazionismo sportivo 5.0 dunque, si esprime attraverso lo sport, ma oltre la competizione; accoglie le tendenze, ma le indirizza culturalmente ed educativamente; parla agli individui, ma offre socialità... Favorisce la partecipazione femminile non in termini di questione di genere, ma come tema di salute, qualità della vita e del tempo libero. L'associazionismo 5.0 non è ideologico né post ideologico, ma idealista; coniuga la visione con un senso pragmatico di servizio e di concretezza delle esperienze, anche attraverso percorsi sperimentali; mette al centro dell'organizzazione le associazioni di base e si struttura attraverso articolazioni regionali e territoriali in relazione di sussidiarietà, grazie ad un volontariato più competente, generoso, rinnovato...

Contempla la fluidità dei modelli, consapevole che le associazioni sportive sono differenti, diversificate, molteplici, nelle finalità e nelle sensibilità. Sperimenta, pertanto, forme e tipologie di associazionismo di base, cercando non di massificare i concetti, ma di applicarli su misura di tutte e di ciascuna associazione sportiva, valorizzando l'unicità dei dirigenti volontari che le animano. L'associazionismo sportivo 5.0 è sensibile ai temi della sostenibilità e alla cultura della salvaguardia del creato, in un rinnovato contatto con la natura, con gli spazi urbani, con i luoghi abitati e delle abitudini. Comprende che i giovani non sono il futuro, ma il presente e li accompagna con un'adeguata azione formativa e culturale, che rigeneri classi di dirigenti capaci di cogliere le provocazioni delle realtà contemporanee. Nel CSI, l'associazionismo sportivo 5.0 trova rinnovato vigore nel personalismo cristiano e nel Vangelo, non come proclami o premesse all'agire, ma come orientamento nelle proposte sportivo-educative. Mettere al centro le persone, infatti, significa accettare le fragilità e accoglierle, dedicarsi agli scarti che i sistemi selettivi allontanano dallo sport, giocare al fianco degli immigrati, essere sempre dalla parte dei più piccoli, tutelandoli in ogni modo e in ogni forma. Per questo, l'associazionismo 5.0 promuove campionati e tornei, di tutte le discipline consolidate e di sport meno convenzionali, perché nella relazione continuativa, duratura, costante, si realizza il disegno educativo e si manifesta il servizio.

Il contesto attuale dunque mostra un mondo sportivo che non può esimersi da una seria riflessione sulle società sportive di base e sull'associazionismo in generale, sul loro essere, sulla loro esistenza e sulla loro capacità di divenire strumenti attuali e davvero efficaci per lo sport post COVID. Grazie a questo progetto si vogliono mutare gli standard attuali; vuole formare attori che abbiano più competenze e siano in grado di costruire reti e relazioni che possano essere messe a servizio del proprio territorio, con l'obiettivo finale di rendere lo sport uno strumento centrale nelle politiche di un territorio.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

Il progetto si basa su bisogni reali individuati durante il lockdown e che rappresentava un aggiornamento di rilevazioni svolte in passato dal CSI. La rilevazione, effettuata tra aprile e maggio 2020, su 139 sedi periferiche e 2411 associazioni sportive di base, non solo affiliate al CSI, ha mostrato risposte molto chiare.

Le associazioni, infatti, avevano 24 aree e oltre 150 ambiti di scelta per manifestare i propri bisogni. Nel pieno dell'emergenza sanitaria, si sono evidenziati i nodi critici e i punti deboli maggiormente sentiti a livello territoriale. Escludendo le richieste di protocolli sanitari, legati alla contingenza, le associazioni hanno richiesto: consulenza fiscale (indice 106.8, max 110), servizi di progettazione (indice 106.2), idee e progetti sportivi per avvicinare le persone, soprattutto i ragazzi e le ragazze più giovani (indice 104.2), minore burocrazia (indice 96.45), formazione dirigenti (indice 95.20).

Pertanto, i bisogni principali vertevano su tre macro-tematiche: servizi e semplificazione; promozione sociale nei confronti delle persone; formazione.

Non si esagera nel dire che si rileva un'esigenza di essere maggiormente incisivi; infatti: possedere progetti e idee serve per essere credibili e proseguire la propria azione sociale ed educativa; volere avvicinare le persone è un bisogno di presenza e di consolidamento; snellire la burocrazia serve per dedicarsi, appunto, alle idee e ai progetti. E per tutto questo occorrono dirigenti sportivi capaci, consapevoli, in grado di garantire alcuni processi maggiormente complessi.

In altre parole, le associazioni di base comprendono le proprie difficoltà e manifestano una revisione dell'associazionismo sportivo, attraverso l'innovazione del sistema dei servizi, della proposta sportivo-educativa soprattutto a livello giovanile, delle competenze e delle capacità. In merito, in occasione della medesima rilevazione, sono emerse alcune attenzioni di concretezza. In effetti, anche in occasione dei più recenti bandi di Impresa sociale con i bambini, di Fondazione con il sud, nonché di Cariplo, si è posta attenzione sulla policy a tutela dell'infanzia e dell'adolescenza, fattore che è stato messo in evidenza nella sezione libera della rilevazione, in connessione alle proposte da promuovere a favore di più giovani, su cui le associazioni chiedono approfondimenti e accessibilità.

Tutto ciò, inoltre, va integrato rispetto alle tecnologie digitali che stanno modificando gli stili associativi. I contenuti sono primari rispetto ai mezzi, che non sono del tutto il messaggio, come sosteneva McLuhan, ma perturbano significativamente i sistemi di comunicazione, di condivisione e di partecipazione. Ecco, allora, profilarsi l'opportunità di individuare forme di partecipazione e di decisioni tali da costruire una maggiore coscienza critica e di massa rispetto ai contenuti dell'associazionismo sportivo 5.0. Uno dei limiti ormai acclarati per tali processi è da individuarsi nel rapporto e nelle forme della professionalità e del volontariato nel comparto sport. Come dimostrato da alcuni studi, si identifica nel rapporto 1 su 35 l'equilibrio fra volontari e professionali perché lo sport abbia dinamiche attive sotto il profilo organizzativo e delle proposte. In sostanza: per far crescere il volontariato, occorre personale a tempo pieno, in grado di agevolare i processi; per sostenere profili professionali, occorrono campagne di reclutamento dei volontari, in grado di garantire l'avvicendamento e l'aggiornamento degli stili di governance. L'associazionismo sportivo 5.0 richiede, pertanto, figure professionali di qualità, parallelamente ad una campagna reclutamento di giovani volontari.

In questo senso, va anche intercettato l'interesse sportivo della cosiddetta Z generation (ovvero nati dal 1997 in poi), la quale manifesta una nuova visione di sport, grazie anche alle nuove occasioni di comunicazione e relazione con tutto il mondo. Questa nuova attenzione è infatti confermata da una ricerca statunitense che indica come, per la prima volta, questa generazione manifesti maggiore interesse per il comparto delle nuove discipline sportive, rispetto a quelle tradizionali, che pure segue, ma in forme e modi diversi (cfr. Whistle, Changing the game. How Gen Z redefining sports, consumption & sponsorship, 2019).

In sostanza, tutti i dati spingono per ripensare all'associazionismo sportivo, ideando un progetto che permetta di rigenerare le società sportive e i dirigenti che vi operano, cercando di offrire strumenti e percorsi in grado di cogliere le spinte evolutive e le innovazioni dell'esperienza sportiva.

3.5. Metodologie

Indicare con una X la metodologia dell'intervento proposto

1) 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:

Come già anticipato, il modello di associazionismo sportivo attuale non è più in grado di rispondere ai bisogni dei praticanti sportivi e delle fasce più giovani della popolazione che oggi più che mai si trovano di fronte a nuove e numerose alternative allo sport e al movimento.

Questo progetto vuole dunque contribuire ad un'innovazione del sistema sportivo di base, partendo dalla formazione di nuovi e più giovani dirigenti sportivi,

creando modelli e percorsi che possano essere adattati su tutti i territori italiani e che offrano risposte concrete ai nuovi bisogni dello sport e dei suoi praticanti. Solo grazie ad un ripensamento e una consapevolezza, da parte dello stesso sistema sportivo, dello sport come vero strumento sociale, in grado di coinvolgere molteplici attori sociali del territorio, e grazie al supporto delle generazioni più giovani coinvolte nella fase dirigenziale, sarà infatti possibile generare e attivare delle politiche sociali che mettano il movimento e il benessere al centro delle strategie di un territorio. Una società sportiva che non pensi unicamente all'aspetto agonistico della propria attività, ma che sia rivolta alla crescita educativa, sociale e culturale dei propri affiliati; una società sportiva dunque che, dialogando con la pluralità di attori del territorio, permetta di migliorare le condivisioni di vita della propria comunità di riferimento, riuscendo ad utilizzare molteplici linguaggi che permettano loro di intercettare nuovi bisogni e nuove fasce di popolazione, creando un sistema virtuoso in cui il movimento sia elemento strategico e centrale.

L'obiettivo sarà dunque quello di creare un nuovo modello di società sportiva di base, che con una nuova spinta maturata dalle giovani generazioni, sia in grado da un lato di rispondere ai bisogni delle fasce più giovani della popolazione, dall'altro sia capace di instaurare relazioni con il proprio territorio di riferimento (dall'Ente pubblico alle altre associazioni) basate su concetti più moderni e innovativi di pratica e promozione sportiva.

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> |
|---|---------------|--|
| Giornalisti | 10 | Si tratta dei giornalisti che si presume di coinvolgere nella conferenza stampa. |
| Dirigenti sportivi | 10.000 | Abbonati Avvenire. Risultano i destinatari di fase 1, in quanto riceventi il quotidiano con la pagina settimanale dell'associazione, la quale avrà, periodicamente, aggiornamenti e redazionali sul progetto. La loro età va dai 18 anni in poi e rivestono il ruolo di dialoganti del rinnovamento sportivo. In questo modo, saranno coinvolti nel percorso delle diverse fasi progettuali, restando sollecitati rispetto alle tematiche dell'associazionismo 5.0. |
| Collaboratori sportivi | 15 | Selezionati per la formazione e come collaboratori per l'implementazione delle fasi progettuali. I medesimi saranno inseriti nel database CSI, tramite l'APP MyCSI e conseguentemente assicurati. L'azione progettuale offre la possibilità di 13 mesi di impegno in collaborazione, chiedendo ai medesimi collaboratori di essere agenti di cambiamento e di miglioramento dell'associazionismo sportivo di base. Grazie al percorso formativo, risulta riproducibile l'ipotesi di strutturazione di interventi destinati a operatori sportivi, ai vari livelli dell'associazione. Per quanto concerne la fascia anagrafica, la stessa è determinata dai 18 ai 40 anni per la componente maschile e dai 18 ai 50 anni per quella femminile. |

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).

| | | |
|--------------------|--------|--|
| Volontari sportivi | 15.000 | Saranno i partecipanti agli eventi ibridi, ai percorsi formativi programmati e che saranno coinvolti anche nei progetti sperimentali sportivi. Saranno individuati attraverso i moduli di iscrizione, la piattaforma di e-learning che sarà utilizzata, l'APP MyCSI (iscrizione all'associazione). I volontari risultano il cuore dinamico del progetto, risultando i protagonisti e i veicolatori delle "tesi progettuali". Il loro percorso partecipativo è finalizzato all'incremento della consapevolezza della funzione di promozione sociale dell'associazionismo 5.0, all'interno di una visione di sport, società e uomo che ribadisce la fiducia nel presente e nel futuro. Il loro coinvolgimento per step, dal generale al particolare, dal particolare all'universale, configura un percorso di condivisione e di trasferibilità delle conoscenze, di confronto tra i volontari, fino all'auspicata costituzione di una vera e propria community. La partecipazione alle azioni sperimentali garantisce che il livello di formulazione delle tesi possa essere messo alla prova dell'esperienza. |
| Atleti/atlete | 45.000 | Saranno i destinatari delle attività di cui alla fase 4. Si tratta di un target riconoscibile con la cosiddetta generazione zeta, ovvero nati dopo il 1997 e oggi più che mai soggetti di innovazione, nativi digitali che contaminano comunicazione, modalità di fruizione e comportamenti sportivi, ecc.. La possibilità di aderire a campionati e tornei con formule di svolgimento differenziate, con regolamenti specifici, consente di valutare la capacità di contrasto al drop out; l'offerta di unconventional sport, all'interno di un sistema di soddisfazione dell'esperienza sportiva, permette di individuare le discipline che possono implicare l'opportunità di un itinerario educativo e duraturo, fondato sull'aggregazione e sul divertimento; la promozione di attività legate alla visione ecologica degli spazi e delle città integra la cittadinanza dei giovani all'interno di un movimento meno strutturato, ma comunque significativo, della pratica sportiva. Inoltre, saranno coinvolti come destinatari i ragazzi delle scuole e degli oratori che aderiranno alla nuova progettualità nei rispettivi ambiti, che sarà elaborata all'interno dell'associazionismo sportivo 5.0. Si considerano inoltre i partecipanti attivi al wow festival, senza valutazione dei destinatari indiretti. L'individuazione del target avverrà attraverso l'APP MyCSI e i portali di iscrizione. |
| Corsisti | 1.500 | Saranno i destinatari dei processi formativi legati alla scuola dirigenti e alla Child Safeguarding Policy. L'età di riferimento sarà tra i 18 e i 35 anni, come soggetti privilegiati degli sforzi formativi in e-learning e in presenza. I processi formativi dotano i destinatari di capacità, conoscenze e abilità per il miglioramento del ruolo ricoperto all'interno dell'organizzazione. Nel caso del progetto, li colloca anche all'interno di uno scenario di innovazione e sviluppo. Il target sarà individuato attraverso le iscrizioni alle piattaforme di e-learning, le schede corsista per i moduli in presenza, l'app MyCSI. |
| Convegnisti | 80 | Si tratta dei partecipanti al convegno di restituzione dei risultati, finalizzato alla condivisione del percorso di progetto e alla progressiva diffusione dei contenuti dell'associazionismo sportivo 5.0. I partecipanti sono identificati tramite scheda anagrafica e app MyCSI e potranno beneficiare di un'opportunità di crescita e di maturazione, grazie all'analisi dei risultati e al coinvolgimento delle associazioni sportive di base. |

5 – Attività *(Massimo quattro pagine)*

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

Il progetto vuole articolare una strategia complessiva, strutturale e duratura di innovazione di associazionismo sportivo, conseguendo i risultati attesi attraverso la realizzazione delle seguenti fasi di progetto.

- 1) **Promozione e comunicazione.** La fase di promozione e comunicazione, che verrà realizzata su tutto il territorio nazionale, accompagnerà tutte le fasi progetto con azioni mirate e specifiche ideate per diffondere gli obiettivi di percorso e coinvolgere società e dirigenti sportivi.
 - a) **Conferenza stampa.** Organizzazione di un evento di comunicazione (online o in presenza) dedicato al lancio del progetto per comunicare questo nuovo progetto di analisi e sviluppo di un nuovo modello di associazionismo. L'evento avrà l'obiettivo di far avvicinare nuovi potenziali fruitori del progetto e dare la massima visibilità su tutto il territorio nazionale
 - b) **Sito.** Sul portale www.csi-net.it sarà riservata una sezione che seguirà tutte le singole fasi di progetto.
 - c) **Social media.** I social istituzionali del CSI saranno a disposizione dei destinatari per postare testi, foto, video, sollecitandoli anche a farlo, così da rinnovare periodicamente l'attenzione sul progetto. I social media saranno integrati nelle APP a sostegno del progetto, con le quali sarà possibile elaborare challenges nelle diverse attività previste.
 - d) **Avvenire.** Sulla pagina settimanale che il CSI realizza sul quotidiano Avvenire, si renderà conto, periodicamente, delle attività legate al progetto, dando una particolare attenzione a quanto realizzato a livello locale.
 - e) **Ufficio stampa e media relations.** Saranno redatti comunicati e svolta attività di contatto con i singoli media territoriali per l'ottenimento di spazi e articoli publiregionali sulle attività e gli eventi sviluppati
- 2) **Selezione e formazione collaboratori sportivi 5.0.** Come già detto, l'evoluzione dell'associazionismo sportivo richiede un equilibrio fra volontari e professionalità da impiegare a sostegno dei primi. All'interno del progetto, pertanto, si prevede una fase di selezione e formazione dei collaboratori sportivi continuativi, che possano integrare e supportare le azioni di progetto. A ciascun collaboratore sarà riconosciuto un contratto di collaborazione sportiva amministrativo-gestionale. Il loro impegno sarà di 13 mesi su 18 di progetto. In particolare, saranno utilizzati su due tipologie di territori: quelli maggiormente significativi, al fine di agevolare la costruzione di un percorso di massa critica sull'associazionismo sportivo 5.0 e la relativa sperimentazione di attività, come di seguito illustrate; quelli caratterizzati da una certa fragilità di partenza, così da accompagnare un'azione di "rifondazione dell'associazionismo sportivo", collocandone, immediatamente, le linee guida in una fase avanzata e maggiormente rispondente alle esigenze del contesto. Si configura un profilo di facilitatore di processi relazionali, che risulta particolarmente utile per i contenuti di promozione sociale legati al progetto.
 - a) **Selezione collaboratori.** Saranno individuate 15 persone. Gli elementi preferenziali per la selezione saranno i seguenti: essere laureati in scienze motorie, scienze sociali, scienze della formazione, scienze psicologiche, o altre lauree attinenti al mondo sportivo, associativo, del terzo settore, ecc.; aver frequentato un master riferibile all'ambito sportivo; avere un massimo di 40 anni se uomo e di 50 se donna; possedere militanza associativa di matrice sportiva; essere inoccupati o possedere un contratto di lavoro part time. I collaboratori sportivi, pertanto, saranno sia destinatari, sia promotori delle fasi di progetto.
 - b) **Formazione collaboratori.** La formazione sarà sia ex ante, sia in itinere. Il percorso si articolerà sia in presenza, sia in FAD, per il tramite di piattaforma di e-learning personalizzata. Il piano formativo si articolerà nei seguenti moduli:
 - i) **Sistema Sportivo Nazionale e ruolo degli EPS: l'associazionismo sportivo 5.0** (6 ore)
 - ii) **La gestione delle organizzazioni sportive e la funzione sociale dello sport** (6 ore)

- iii) Marketing, comunicazione e relazioni (20 ore)
 - iv) Profili legali e fiscali dello sport di promozione sociale: tra terzo settore e confini di attività (4 ore)
 - v) L'organizzazione degli eventi sportivi (20 ore)
 - vi) Prodotti e servizi per le basi associative: da idee vincenti, una proposta convincente (16 ore)
 - vii) Educare attraverso lo sport la "generazione zeta" (20 ore)
 - (1) Nei territori
 - (2) Insieme ai più giovani
 - (3) Con operatori qualificati
 - (4) Sfidando le tecnologie
 - (5) Buone pratiche e progetti sperimentali per fasce di età, ambiti e luoghi educativi
 - c) Itinerario di apprendistato. I collaboratori avranno un periodo, da 1 a 2 mesi, di apprendistato presso realtà territoriali significative o più in difficoltà, al fine di elaborare un piano di lavoro specifico e mirato rispetto al territorio, per agevolare l'implementazione delle singole fasi di progetto.
 - d) Ridondanza in e-learning. Tramite piattaforma, i docenti potranno recuperare e rilanciare i temi essenziali della formazione e rivedere le esigenze manifestate dai corsisti. Sarà attivata una fase di coaching per tutto il periodo del progetto.
- 3) Campagna volontari nello sport 5.0. L'associazionismo sportivo 5.0 esige una nuova generazione di volontari nello sport. Per questo, il progetto dedica una fase specifica ad una campagna di reclutamento destinata ad under 35, con i quali costruire le linee guida dello sport di oggi e di domani. La dinamica individua una crescita di visione a partire dal basso, ovvero dai volontari stessi, i quali saranno i veicolatori dei contenuti dell'associazionismo sportivo 5.0, dei veri e propri *ambassador* presso le associazioni di base, le sedi periferiche, le squadre, le istituzioni ai vari livelli. Si ricorrerà alle tecnologie digitali per favorire la massima partecipazione, l'elaborazione delle idee, la presa di coscienza del compito culturale e di promozione sociale affidato ai volontari/ambassador.
- a) Azione di reclutamento. Saranno avviate azioni di comunicazione per il reclutamento di volontari nello sport. I messaggi, attraverso i social media e azioni di advertising digitale, evidenzieranno la bellezza del dono del proprio tempo in ambito sportivo, al servizio dei più piccoli, dei diversamente abili, dei quartieri di riferimento, degli oratori e delle parrocchie, ecc.. Sarà necessario dare valore e consistenza al volontariato sportivo, che passa spesso in secondo piano rispetto a quello più assistenzialista che, pur essendo numericamente minoritario, appare più identitario e identificabile. In questo modo, si intende motivare all'impegno sociale attraverso lo sport. Nello stesso tempo, i contenuti si incentreranno sul protagonismo dei volontari nel contribuire a caratterizzare l'associazionismo sportivo 5.0, partecipando ad eventi, elaborando tesi e documenti, contribuendo attivamente alla realizzazione delle fasi di progetto. L'adesione alla campagna avverrà tramite piattaforme digitali e lo sviluppo dell'APP MyCSI, la quale sintetizzerà tutti i sistemi di relazione associativa e che consentirà una comunicazione diretta con tutti gli interessati e i volontari.
 - b) Evento ibrido. Dopo la fase di reclutamento, i volontari parteciperanno ad un evento digitale, attraverso il ricorso a piattaforme dedicate, durante il quale innescare i processi di riflessione sull'associazionismo sportivo 5.0. Sarà una sorta di fiera dell'associazionismo sportivo 5.0, con convegni, seminari, workshop, stand virtuali, ecc., con l'obiettivo di tracciare le linee dell'associazionismo 5.0. Non ci si limiterà a coinvolgere i principali stakeholder sportivi (dagli assessori allo sport ai dirigenti di FSN, EPS, ecc.), ma si condividerà un percorso con chi ha idee per alimentare ed esplorare le nuove frontiere dell'associazionismo sportivo. Si tratterà di formazione, comunicazione, ma anche e soprattutto di individuare i trend di crescita e sviluppo dell'educare attraverso lo sport. Un dialogo rivolto soprattutto ai giovani e ai nuovi fruitori dello sport, cercando di creare un momento di contaminazione tra sport, politica, cultura, futuro e tecnologia. I volontari contribuiranno alla definizione dei contenuti, parteciperanno agli eventi e ai seminari, divenendo i primi narratori dell'associazionismo sportivo 5.0. Se le condizioni epidemiologiche lo consentiranno, l'evento avverrà anche in presenza, configurandosi come evento ibrido e crossmediale.
 - c) World caffè digitali. Al termine dell'evento, tramite piattaforme di videoconferenza, i volontari aderenti si suddivideranno in gruppi tematici che dovranno elaborare le "tesi" e gli impegni dell'associazionismo sportivo 5.0. I gruppi saranno coordinati dai collaboratori sportivi 5.0 selezionati, dai dirigenti associativi e da un gruppo di volontari. Saranno realizzati, nell'arco di due mesi, tre world caffè digitali, trasferendo sul web, adattandolo, il metodo del

- world café. In questo modo, i volontari arriveranno a condensare le priorità del nuovo associazionismo sportivo. I gruppi di lavoro saranno altresì seguiti da "testimonial" del mondo sportivo, coinvolti fra advisor, docenti universitari, dirigenti sportivi, atleti/ex atleti.
- d) Elaborazione e aggiornamento periodico "tesi" sport 5.0. Al termine dei world café, saranno disponibili i risultati dei lavori di gruppo. Il documento avrà una sua diffusione nel mondo dello sport, presso le istituzioni ai vari livelli, al fine di sensibilizzare alle rinnovate esigenze e caratteristiche dell'associazionismo sportivo. I volontari, che potranno dialogare tra loro tramite piattaforme digitali, aggiorneranno e svilupperanno ulteriormente i materiali prodotti.
 - e) Adesione ai progetti sportivi. I volontari saranno coinvolti nella sperimentazione delle attività e dei percorsi di associazionismo sportivo 5.0. Il loro contributo concreto consentirà di valutare i processi organizzativi innovativi da introdursi, in correlazione con le associazioni di base. Saranno invitati a inserirsi come arbitri e giudici di gara, organizzatori, componenti di commissioni tecniche, responsabili di associazioni di base, al fine di agevolare l'assunzione di visione associativa all'interno delle dinamiche organizzative, vivacizzandole e aggiornandole.
 - f) Partecipazione ai processi formativi. I volontari, proprio perché emersa come esigenza in occasione delle rilevazioni effettuate, potranno partecipare ai processi formativi previsti dal progetto, così da consolidare il loro profilo e contributo.
- 4) Progetti sperimentali sportivi. Come illustrato, la rilevazione ha indicato alcune vie maestre rispetto alle proposte sportivo-educative da perseguire. Il target privilegiato è quello giovanile e, per il CSI, questo rileva alcuni ambiti e spazi di intervento: scuola, parrocchia/oratorio, preadolescenza, adolescenza. In particolare, investe le novità regolamentari, di formule, di gestione, ecc., per quanto concerne campionati, tornei e manifestazioni, delle differenti discipline sportive, consolidate e cosiddette non convenzionali, che interessando la generazione zeta.
- a) Gruppo di proposta e progettazione. A livello centrale, sarà operativo un gruppo di proposta e di progettazione, il quale elaborerà dei format, delle linee di suggerimenti operativi, dei modelli di attività da sperimentare ai differenti livelli territoriali, nei differenti contesti. Il gruppo sarà composto da esperti associativi, dipendenti del CSI, docenti di educazione fisica, docenti universitari/formatori. Compito del gruppo sarà quello di identificare le innovazioni da inserire nel progetto sportivo-educativo CSI per essere aderenti alle esigenze della generazione zeta, sperimentando innovazioni tecniche, formule sportive, discipline non convenzionali. A tal fine, il gruppo elaborerà anche strumenti di valutazione e monitoraggio, come successivamente specificato. Per ciascun progetto, il gruppo elaborerà un sussidio di riferimento, i necessari regolamenti tecnici, un percorso formativo smart, divenendo anche soggetto di consulenza per tutti gli interessati a promuovere le differenti proposte.
 - b) Avvio di percorsi sperimentali. A livello territoriale, saranno messe alla prova e sperimentate le proposte del gruppo di lavoro, tenendo conto di alcuni elementi principali, come di seguito specificati. I collaboratori sportivi e i volontari consentiranno lo sviluppo e la coerente realizzazione della fase di progetto.
 - i) Scuola. Sport e scuola è tema sempre da rinnovarsi. I più giovani hanno una fruizione variegata delle discipline e si affacciano in maniera diversa allo sport, seguendo l'agonismo, ma attenuando l'elemento competitivo, per privilegiare le qualità del divertimento, del benessere, dell'aggregazione. Sarà proposto un format scolastico, legato a discipline non convenzionali, omaggiando le scuole degli strumenti e delle attrezzature per praticare tali discipline. Il gruppo elaborerà un regolamento su classifiche avulse, che consentirà di individuare le classi migliori classificate in tutta Italia, le quali potranno partecipare al Wow festival. I docenti di educazione fisica delle scuole partecipanti, oltre ad essere coinvolti nell'organizzazione delle attività, saranno chiamati a valutare le attività. Alle scuole aderenti sarà messo a disposizione un kit per la migliore realizzazione delle attività. Molto si investirà sulla promozione dell'atletica leggera, attività sportiva che ben si adatta alle diverse fasce d'età, ai diversi ambienti a disposizione nei plessi scolastici, alla questione del distanziamento sociale. Stesso dicasi per gli unconventional sports.
 - ii) Sport in oratorio e parrocchia. Se la promozione sportiva ha un suo volto abbastanza individuabile, la prima fase, che si ritrova spesso in oratorio/parrocchia, riguarda più l'animazione sportiva dei più piccoli. Anche in questo ambito, quindi, occorrono progetti sperimentali, azioni di accompagnamento e formule di svolgimento agili, innovative, che consentano la conformità dell'esperienza sportiva al contesto di riferimento. Per la valutazione e il monitoraggio saranno coinvolti i sacerdoti dei circoli parrocchiali e degli oratori affiliati. Gli oratori saranno invitati a partecipare ad una sezione dedicata del wow festival e a quelli aderenti sarà messo a disposizione un kit per la migliore realizzazione delle attività. I percorsi così avviati nelle scuole e negli oratori, vedranno la loro conclusione con la partecipazione, per le squadre vincitrici, ad uno degli eventi nazionali organizzati dal

Centro Sportivo Italiano. In particolare:

- (1) Campionati Giovanili. Educare attraverso lo sport è un processo che si inserisce nella continuità degli allenamenti, delle gare, della conoscenza e del confronto con altre squadre. Poiché a livello di minori, soprattutto nella fascia under 16, si registra oltre il 30% di drop out e la medesima percentuale di inattivi, in questo caso le sperimentazioni mirano a: diminuire il tasso di drop out da un anno all'altro, incrementare il tasso di soddisfazione e piacere nella pratica continuativa, rendere maggiormente accattivante la partecipazione ai campionati e tornei CSI. Per questo ambito, le attività di valutazione e monitoraggio coinvolgeranno: allenatori, dirigenti sportivi di base, atleti/e. Uno degli eventi che sicuramente verranno proposti ai ragazzi sarà proprio la finale nazionale di atletica.
 - (2) (II) Wow festival: unconventional sport. Per dare un approdo visibile e riconoscibile, sarà organizzato un festival degli unconventional sport, denominato Wow festival, proprio per il richiamo allo stupore generato da queste discipline, estremamente diversificate fra loro. In occasione del festival, si rinnoveranno occasioni di formazione, di confronto e momenti conclusivi di percorsi scolastici e parrocchiali, aprendo le porte degli sport non convenzionali a tutti. Al termine del festival, i partecipanti saranno invitati a compilare un questionario in merito all'iniziativa.
- 5) Processo formativo. Come affermato precedentemente, le associazioni di base hanno espresso un'urgenza formativa su due ambiti: quello dirigenziale, individuando la necessità di aderire maggiormente alle innovazioni sociali e alle politiche di terzo settore; quello della policy infanzia e adolescenza, perché sempre più richiesta da bandi nazionali e locali, rappresentando per il CSI un target di riferimento privilegiato da sempre. Si tratta di due processi formativi che ben si possono integrare, distinti solo per esigenze di analisi progettuale.
- a) Scuola dirigenti sportivi 5.0. Sarà avviata una scuola per dirigenti sportivi 5.0 sui contenuti dell'associazionismo e i trend della fruizione sportiva, in termini di proposte educative, di politiche sociali, di investimenti nella salute delle persone. La scuola sarà portata avanti secondo formule ibride, promuovendo: moduli in fad, moduli seminariali in presenza a livello centrale, e moduli formativi demandati a livello regionale, per un minimo di 8 ore di formazione, da fruirsi da parte dei dirigenti sportivi. Al termine di ogni modulo formativo, sarà erogato uno strumento teso a valutare contenuti e ricadute della formazione.
 - b) Policy infanzia e adolescenza. L'obiettivo del percorso formativo è quello di condividere (e sensibilizzare su) una child safeguarding policy (CSP). Il tema dell'abuso sui minori nello sport è sottovalutato, come le ultime ricerche e gli ultimi incresciosi casi dimostrano. Non si parla solo dell'abuso sessuale, ma di una serie di pratiche che demotivano i giovani praticanti. A partire dalla carta dei diritti dei bambini e delle bambine dello sport, il CSI ha già sviluppato una propria CSP, validata da esperti e istituti esterni, al fine di attivare un'adeguata attenzione in merito. Il modulo formativo base è articolato su 8 ore e sarà erogato in fad e in presenza. Al termine di ogni modulo formativo, sarà erogato uno strumento teso a valutare contenuti e ricadute della formazione. Sarà anche definito un video infopromozionale, per rendere maggiormente accessibile il contenuto formativo, di per sé impegnativo e importante, avvalendosi della modalità audiovisiva come strumentalità più idonea ad introdurre il tema della CSP.
 - c) Materiali didattici. Per entrambi i filoni del processo formativo, saranno prodotti materiali didattici in digitale e cartacei, finalizzati all'approfondimento dei temi trattati.
- 6) Monitoraggio, valutazione e disseminazione. Sulla base degli strumenti di rilevazione di cui alla fase 4, si procederà con un monitoraggio delle attività di progetto, che costituiscono la sperimentazione e l'implementazione delle linee di associazionismo sportivo 5.0.
- a) Analisi dei dati rilevati sulle attività. I questionari compilati saranno analizzati, anche in collaborazione con istituti universitari, al fine di individuare le linee emergenti di tendenza, le buone pratiche, le qualità richieste all'associazionismo sportivo 5.0.
 - b) Report. Dall'analisi, scaturirà un report di valutazione, come documento di studio e di approfondimento, al servizio di tutto il CSI e soprattutto delle associazioni sportive di base, le quali potranno così mettersi in discussione e rinnovare i propri processi di partecipazione e di formazione.
 - c) Convegno di restituzione dei risultati. Al termine del progetto, è previsto un convegno di restituzione dei risultati, nel quale, anche attraverso la condivisione di buone pratiche, si cercherà di evidenziare i percorsi possibili dell'associazionismo sportivo 5.0.

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 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Altro (specificare) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

7a - Risorse umane

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

| | Numero | Tipo attività che verrà svolta 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 | 8 | C | CSI | Figure di coordinamento | Dipendente a tempo indeterminato | C1, € 95.000,00 |
| 2 | 15 | D | CSI | Figure di coordinamento, esperti | Collaborazione sportiva amministrativo gestionale | D1, € 331.500,00 |
| 3 | 3 | B | CSI | Figure di coordinamento, esperti | Dipendente a tempo indeterminato | B1, € 15.000,00 |
| 4 | 3 | D | CSI | Figure di coordinamento, esperti | Collaborazione sportiva amministrativo gestionale | D1, € 35.000,00 |

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".

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.

7b. Volontari

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

| | Numero | Tipo attività che verrà svolta ⁸ | Ente di appartenenza | Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D) |
|---|--------|---|----------------------|---|
| 1 | 60 | C | CSI | D8, € 10.000,00 |
| 2 | 20 | D | CSI | |
| 3 | 1000 | B | CSI | |
| 4 | 1000 | D | CSI | |

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.

| | Ente collaboratore | Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione |
|---|---|---|
| 1 | MasterSport Institute, Università di Parma | Formazione, valutazione e monitoraggio; coinvolgimento degli studenti nei processi formativi e nella campagna di volontariato |
| 2 | Università di Bologna, Dipartimento scienze per la qualità della vita | Formazione, valutazione e monitoraggio; coinvolgimento degli studenti nei processi formativi e nella campagna di volontariato |
| 3 | Istituto Psicanalitico per le ricerche sociali | Affiancamento nei processi formativi e valutativi; coinvolgimento nel gruppo di progettazione. |
| 4 | Scuola Centrale Formazione | Affiancamento nei processi formativi e coinvolgimento degli studenti nella fase 4 |
| 5 | Csi Toscana Solidarietà | Coinvolgimento dei soci dell'organizzazione nella fase 4; affiancamento nella conduzione e animazione dei world café |

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 2/2020.

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".

La strategia complessiva del piano di comunicazione sarà affidata a un soggetto terzo operante nel mondo del marketing e della comunicazione applicate alle politiche sociali e allo sport. Sarà individuato un soggetto specializzato in analisi, marketing, comunicazione, sviluppo progetti di CRM e CSR, nella consulenza, nel marketing e nella comunicazione applicata allo sport, nonché con comprovata capacità di creare un network di relazioni con le principali Pubbliche Amministrazioni e Enti pubblici, l'intero mondo sportivo italiano e con aziende nazionali e internazionali.

Il soggetto dovrà altresì dimostrare concreti impegni progettuali e di collaborazione con i principali Enti Pubblici (a livello nazionale, regionale e comunale) quali il Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, il Ministero dell'istruzione, ecc..

Data la natura del progetto, il soggetto da individuarsi dovrà possedere una specifica competenza nel comunicare l'impatto sociale ed economico del mondo della promozione sportiva in Italia. Questo perché dovrà anche affiancare l'associazione e gli enti collaboratori in un'adeguata strategia di comunicazione e promozione del progetto.

10. Sistemi di valutazione

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

| Obiettivo specifico | Attività | Tipologia strumenti |
|---|---|--|
| Massima diffusione del progetto, dei suoi obiettivi e del coinvolgimento della popolazione cittadina negli eventi organizzati | Promozione e Comunicazione | <ul style="list-style-type: none"> - numero presenze conferenza stampa - numero visualizzazioni pagine sito e numero visualizzazioni su youtube - numero interazioni sui social del CSI - numero download dell'APP di progetto - creazione di una rassegna stampa dedicata al progetto con inserimento di articoli e spazi ottenuti a livello nazionale e locale - documentazione video fotografica delle singole fasi del progetto - report quantitativi sulle attività sviluppate e le persone coinvolte nelle attività |
| Individuazione e formazione del personale che sarà coinvolto direttamente nel reclutamento dei volontari e nella gestione delle attività sportive | Selezione e formazione collaboratori sportivi 5.0 | <ul style="list-style-type: none"> - creazione di una graduatoria relativa al progetto con l'indicazione delle caratteristiche e competenze richieste |

| | | |
|---|-------------------------------------|--|
| realizzate | | <ul style="list-style-type: none"> - realizzazione di un colloquio attitudinale sui temi del progetto - somministrazione di un questionario di gradimento ai partecipanti sul corso formativo - realizzazione di test finali per valutare le effettive competenze acquisite dai partecipanti - realizzazione di un questionario per valutare il periodo di apprendistato |
| <p>Reclutamento di volontari under 35 e realizzazione di momenti di confronto e raccolta di idee in cui siano essi stessi a tracciare i bisogni e le necessità per un nuovo associazionismo sportivo</p> | Campagna volontari nello sport 5.0. | <ul style="list-style-type: none"> - numero di messaggi e comunicazioni (relative alla campagna di reclutamento) sviluppate sui social media e sulla App del progetto - numero di volontari reclutati - numero di partecipanti all'evento ibrido - numero di partecipanti ai world caffè digitali - questionari di valutazione del percorso svolto e del grado di coinvolgimento avuto - numero volontari coinvolti nelle attività sportive - numero volontari coinvolti nelle attività formative |
| <p>Ideazione e realizzazione di progetti sportivi sperimentali sui rispettivi territori coinvolgendo i volontari sportivi e altre possibili associazioni sul territorio. L'obiettivo sarà quello di individuare nuovi possibili format per raggiungere il target di riferimento</p> | Progetti sperimentali sportivi | <ul style="list-style-type: none"> - numero di progetti sportivi ideati, attraverso rispettivi format, linee di indirizzo e modelli di attività territoriali - numero di sussidi e regolarmente tecnici per le nuove attività sviluppate - numero tornei scolastici sviluppati e numero partecipanti |

| | | |
|--|----------------------------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - numero campionati giovanili sviluppati e numero partecipanti - numero attività in oratorio realizzate e numero partecipanti - numero attività realizzate e numero partecipanti al Wow Festival - numero partecipanti alle attività complessive con relativa analisi socio-demografica - somministrazione di un questionario di gradimento ai partecipanti al termine della stessa - redazione di report riepilogativi delle attività sportive sviluppate sui singoli territori |
| <p>Offrire momenti formativi rivolti a tutti i dirigenti delle società sportive con particolare attenzione ai temi emersi durante il monitoraggio delle società sportive già presentato in precedenza</p> | Processo formativo | <ul style="list-style-type: none"> - numero partecipanti alle attività formative sviluppate - somministrazione di un questionario di gradimento ai partecipanti sui corsi formativi - realizzazione di test finali per valutare le effettive competenze acquisite dai partecipanti |
| <p>Valutazione delle attività sviluppate e redazione di documenti che dimostrino l'impatto sociale delle attività medesime e organizzazione di un convegno finale di disseminazione dei risultati del progetto</p> | Valutazione e monitoraggio | <ul style="list-style-type: none"> - studio degli strumenti di valutazione e monitoraggio realizzati nelle fasi precedenti e redazione di: <ul style="list-style-type: none"> • un grafico finale di gradimento • un grafico finale sul coinvolgimento della cittadinanza |

| | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • un grafico sulle attività realizzate e sul numero di partecipanti - redazione di un report conclusivo a disposizione di tutte le società sportive - numero partecipanti al convegno finale di disseminazione dei risultati del progetto |
|--|--|---|

11. Attività di comunicazione

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

| Descrizione dell'attività | Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti | Risultati attesi | Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia |
|---|--|---|--|
| Conferenza stampa di presentazione | <ul style="list-style-type: none"> - Attività di media relations con i giornalisti locali - invio comunicazioni a società sportive ed associazioni del territorio - coinvolgimento di potenziali testimonial sportivi | Coinvolgimento di società, dirigenti e volontari potenzialmente interessati alla partecipazione, e comunicazione alla popolazione nazionale | SI – numero presenze e realizzazione rassegna stampa dedicata |
| Redazione su quotidiani | <ul style="list-style-type: none"> - attività di media relations per la pubblicazione di articoli o pagine pubblicitari sui quotidiani del territorio - realizzazione di articoli redazionali sul quotidiano Avvenire | Informazione diretta e coinvolgimento del territorio | SI – verifica uscite e numero di copie vendute dei relativi quotidiani |
| Sito web, social media e App del progetto | <ul style="list-style-type: none"> - redazione contenuti per sito web | Informazione diretta e | SI - verifica numero |

| | | | |
|------------------------------|---|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - redazione contenuti per social media con inserimento di infografiche, foto, video, ... - invio comunicazioni ed inviti a società sportive, associazioni, e fan sui profili social - inserimento contenuti sull'App del progetto | coinvolgimento del territorio e degli appassionati con particolare riferimento a giovani e potenziali fruitori | download, pagine visualizzate, visualizzazione profili e numero di fan |
| Eventi sportivi sperimentali | <ul style="list-style-type: none"> - media relations locali - creazione di campagna social dedicata - azioni di coinvolgimento diretto del territorio - realizzazione di eventuali materiali cartacei | Informazione al territorio e conoscenza delle attività sviluppate nelle diverse modalità presentate in precedenza | SI – numero presenze |
| Convegno finale | <ul style="list-style-type: none"> - Attività di media relations con i giornalisti - invio comunicazioni a società sportive ed associazioni del territorio - diffusione del report finale del progetto | <p>Comunicazione della riuscita del progetto alla popolazione e ai potenziali fruitori.</p> <p>Lancio di un nuovo modello di associazionismo sportivo.</p> | SI – numero presenze e rassegna stampa dedicata |

Allegati: n° 5 *relativi alle collaborazioni (punto 8).*

Roma, 7 settembre 2020
(Luogo e data)

Il Legale Rappresentante

