AVVISO N. 2/2025
PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI DELL'ARTICOLO 72 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3 LUGLIO 2017, N. 117 E S.M.I.- ANNO 2025.

MODELLO D

SCHEDA DELLA PROPOSTA (INIZIATIVA O PROGETTO)

1a.– Titolo

SLOW FOOD IN AZIONE: Un'Altra Idea di Mondo

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 generali[1]
[1] Promuovere un'agricoltura sostenibile (2)
[2] Salute e benessere: assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età (3)
[3] Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo (12)

2b - Aree prioritarie di intervento[2]
[1] Educazione ambientale e alimentare, nonché salvaguardia della biodiversità (f)
[2] Sviluppo e promozione di programmi e/o attività di educazione alimentare (f)
[3] Promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile (f)

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

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

2c- Linee di attività[3]

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

Per il raggiungimento dello scopo di cui all'art. 2.6 dello statuto, l'Associazione svolge in via principale, e ad ogni livello, le seguenti attività di interesse generale come previsto dall'art. 5 del Cts di seguito riportate (rif. statuto dell'ente):

a) Lettera d) art. 5 Cts: 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;

b) Lettera e) art. 5 Cts: 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;

c) Lettera i) art. 5 Cts: 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; associazione di promozione sociale;

d) Lettera k) art. 5 Cts: organizzazione e gestione di attività turistiche di interesse sociale, culturale o religioso;

e) Lettera m) art. 5 Cts: servizi strumentali ad enti del Terzo settore resi da enti composti in misura non inferiore al settanta per cento da enti del Terzo settore;

f) Lettera w) art. 5 Cts: promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti delle attività di interesse generale, promozione delle pari opportunità e delle iniziative di aiuto reciproco.

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

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

Esporre sinteticamente:

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

Il progetto si sviluppa su scala nazionale, coinvolgendo in modo integrato territori rappresentativi del Nord, Centro e Sud Italia, con l'obiettivo di garantire una copertura nazionale equilibrata e diffusa e di valorizzare le specificità locali (21 regioni). Per la linea di azione **Formazione**, sono previste attività online a livello nazionale, integrate da incontri in presenza organizzati in almeno due aree strategiche (Nord/Centro e Sud) selezionate per la presenza di reti attive Slow Food e per la capacità di rappresentare significativi hotspot di biodiversità. La linea di azione **Educazione** coinvolgerà scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado in regioni selezionate sulla base della rappresentatività territoriale e del tessuto socioculturale (21 regioni) e consentirà una mappatura nazionale e partecipata della biodiversità agroalimentare e lo sviluppo di una rete di comunità educanti. Per la linea di azione **Food Policy**, le attività saranno sviluppate su tutto il territorio nazionale (21 regioni) e prevederanno progetti pilota in cinque Regioni (Piemonte, Veneto, Toscana, Lazio e Puglia) con l'obiettivo di creare o rafforzare Mercati della Terra (mercati di produttori selezionati sulla base di criteri di qualità e sostenibilità), di attivare processi di sensibilizzazione, formazione e dialogo tra istituzioni, produttori e cittadini, e di promuovere modelli replicabili di governance alimentare locale. Questa struttura territoriale unisce la dimensione nazionale con interventi locali, valorizzando le diversità del Paese e rafforzando competenze e capacità nei diversi target.

3.2. Idea a fondamento della proposta

La proposta si fonda sull'idea che il cambiamento dei sistemi alimentari debba partire dal basso, attraverso processi diffusi di consapevolezza, partecipazione e responsabilità collettiva. In un contesto segnato da crisi ambientali, sociali ed economiche sempre più profonde, diventa urgente costruire una cittadinanza capace di riconoscere il valore del cibo buono, pulito e giusto. Il progetto intende attivare percorsi di trasformazione culturale e sociale, che mettano al centro la biodiversità come chiave per rigenerare il legame tra persone, territori, comunità, memoria collettiva. Formazione, educazione e food policy diventano così strumenti complementari per rafforzare la rete di soggetti che agiscono ogni giorno in questa direzione: cittadini, scuole, produttori, cuochi, istituzioni, comunità locali. L'obiettivo è diffondere conoscenza della biodiversità e dei sistemi alimentari, promuovere pratiche quotidiane virtuose, creare alleanze e generare impatto positivo sui territori e sulle comunità locali, alimentando un percorso comune verso una transizione agroecologica, equa e partecipata. La proposta avrà una tappa fondamentale nell'evento Terra Madre, che riunisce migliaia di produttori e centinaia di migliaia di consumatori accomunati dalla volontà di modificare il sistema alimentare nel segno della sostenibilità e della difesa della sovranità alimentare dei popoli.

3.3. Descrizione del contesto

Il progetto nasce in un contesto caratterizzato da crescenti fragilità del sistema alimentare globale e nazionale, segnato da crisi climatica, perdita di biodiversità, aumento delle disuguaglianze sociali, insicurezza alimentare e cambiamenti nelle abitudini alimentari. Secondo i dati ISTAT 2024, oltre 2,7 milioni di persone in Italia vivono in condizioni di povertà alimentare (fonte: ISTAT - Povertà), mentre il consumo di cibo ultraprocessato, spesso associato a problemi di salute come obesità e malattie croniche, è in costante aumento soprattutto tra i giovani (fonte: ISS - Osservasalute 2023). Nel settore agricolo, più del 50% delle aziende italiane è gestito da persone over 60 (fonte: ISTAT - Agricoltura), con un progressivo abbandono delle piccole realtà rurali, che giocano un ruolo fondamentale nella salvaguardia dei saperi tradizionali e di pratiche agricole sostenibili fondamentali per la resilienza dei territori (fonte: FAO - Il futuro dell'agricoltura). Parallelamente, si registra una crescente attenzione dei cittadini verso la sostenibilità, la provenienza del cibo e le filiere corte, come evidenziato da ricerche su trend di consumo consapevole (fonte: Nomisma Food Sustainability Report 2024). Tuttavia, manca spesso una cornice culturale e politica che traduca questa sensibilità in azione collettiva e sistemi strutturati di intervento. In questo scenario, il patrimonio di biodiversità agroalimentare italiano (uno dei più ricchi al mondo) rischia di essere irrimediabilmente compromesso, insieme ai sistemi locali che lo generano e custodiscono. Scuole, mercati contadini, comunità e istituzioni locali rappresentano presìdi fondamentali

per ricostruire un rapporto sano e consapevole con il cibo, ma necessitano di strumenti, conoscenze e reti efficaci per agire concretamente. Il progetto si propone di intervenire su questi snodi strategici per promuovere una transizione alimentare equa, partecipata e radicata nei territori, mettendo al centro la formazione, l'educazione e le politiche locali del cibo come leve fondamentali per un cambiamento sostenibile, inclusivo e duraturo.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

Dall'ascolto della rete Slow Food, dalle esperienze maturate nei territori e dal confronto con scuole, produttori, comunità locali e istituzioni, emergono bisogni chiari e trasversali che si articolano lungo tre linee di intervento: formazione, educazione e costruzione di food policy. Sul fronte della formazione, si evidenzia l'esigenza di rafforzare le competenze e la consapevolezza critica di cittadini, attivisti, operatori del cibo e nuove generazioni rispetto ai temi dell'alimentazione sostenibile e sana, del valore della biodiversità e della cittadinanza attiva, attraverso percorsi accessibili e capaci di generare impatto nei territori. È forte la richiesta di spazi formativi condivisi, che non prevedano soltanto la trasmissione di contenuti, ma che rappresentino luoghi di confronto tra esperienze, territori e linguaggi diversi. Sul piano dell'educazione, le scuole manifestano il bisogno di strumenti didattici innovativi, inclusivi e capaci di coinvolgere gli studenti in processi attivi, concreti e territoriali, connessi ai temi del cibo, della crisi climatica e della giustizia sociale. Docenti e dirigenti scolastici chiedono supporto metodologico per integrare queste tematiche nei percorsi curriculari e per rafforzare il ruolo della scuola come presidio educativo e culturale nei contesti locali. Per quanto riguarda le food policy, i territori esprimono la necessità di modelli di governance alimentare locali efficaci, partecipativi e replicabili, in grado di mettere in rete istituzioni, cittadini, produttori e realtà del Terzo Settore. I produttori locali richiedono occasioni di visibilità, strumenti per comunicare i propri valori e percorsi di formazione continua che li accompagnino nella transizione ecologica ed economica. Le istituzioni, infine, cercano progetti concreti che possano integrarsi con politiche pubbliche già esistenti o in fase di costruzione, generando impatto misurabile in termini sociali, ambientali ed educativi. In sintesi, emerge con forza l'urgenza di ricostruire relazioni profonde tra persone, territori e sistemi di conoscenza, mettendo il cibo al centro di un processo trasformativo che unisca cultura, partecipazione e giustizia sociale.

3.5. Metodologie

Indicare con una X la metodologia dell'intervento proposto

A) Innovative rispetto:

[x] al contesto territoriale

[x] alla tipologia dell'intervento

[x] alle attività dell'ente proponente (o partner o collaborazioni, se previste).

B) [x] 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) [x] 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: le metodologie utilizzate saranno innovative rispetto al contesto territoriale in quanto permetteranno di educare alla tutela della biodiversità e alla capacità di scegliere un cibo buono pulito e giusto, attraverso il racconto dei suoi protagonisti, l'esperienza diretta e l'educazione sensoriale. Le attività pilota saranno costruite a livello territoriale, ma la metodologia potrà essere trasferibile a diversi contesti. Le metodologie saranno innovative dal punto di vista sociale in quanto incentrate sullo sviluppo e il rafforzamento di comunità, grazie a strumenti specifici volti a facilitare i processi e le dinamiche relazionali di gruppo, stimolando la costruzione di nuovi scenari ed aspirazioni collettive, promuovendo la collaborazione e l'individuazione di obiettivi e piani di azione condivisi tra i diversi attori.

4- Risultati attesi *(Massimo due pagine)*
Con riferimento agli obiettivi descritti, indicare:

Destinatari degli interventi (specificare)[4]	*Numero*	*Modalità di individuazione*
Rete Slow Food Attivisti Slow Food per le attività formative (attività 2.1 – 2.2) Di cui giovani tra i 18 e 35 anni 20%	Nr. 4.500	Individuati tra i soci e gli attivisti che collaborano con Slow Food in ogni regione, in modo da assicurare rappresentatività di genere, età e contesto (produzione/consumo, urbano/rurale), di cui: nr. 4.400 nell'attività 2.1. nr. 100 nell'attività 2.2. Miglioramenti attesi: migliore capacità di coinvolgimento, sensibilizzazione, organizzazione di iniziative e progetti di terreno; rafforzamento delle comunità locali; maggiore consapevolezza sul valore del patrimonio naturale e culturale collegato alle produzioni gastronomiche locali, maggiore solidità dei mercati di produttori locali, come luoghi di valorizzazione dei prodotti locali e stagionali, di acquisto consapevole, di educazione, di socialità, e come punti di riferimento e stimolo delle food policy cittadine.
Alunni, Insegnanti, Volontari e beneficiari indiretti (attività 3.1- 3.2-3.3-3.4) Di cui giovani under 18 anni 80%	Nr. 106.700	Individuati tra le scuole secondarie di primo e secondo grado della rete Slow Food, di cui: Nr. 35.000 alunni Nr. 1.400 insegnanti Nr. 110 volontari Nr. 70.000 genitori e familiari (beneficiari indiretti) Miglioramenti attesi: maggiore conoscenza della biodiversità agroalimentare e consapevolezza del suo valore culturale, ambientale e sociale; maggiore consapevolezza su produzioni di qualità, pratiche di produzione sostenibile e incremento della conoscenza delle qualità sociali, ambientali ed economiche delle produzioni locali; maggiore consapevolezza sulle qualità organolettiche delle produzioni locali, maggiore consapevolezza sull'importanza di una dieta varia, equilibrata e piacevole; maggiore consapevolezza sull'impatto dei cibi iperprocessati sulla salute e sull'ambiente.
Cittadinanza/Consumatori (attività 4.1-4.2.4.3) Di cui giovani tra 18 e 35 anni 20%	Nr. 471.400	Raggiunti direttamente durante la realizzazione delle iniziative e degli eventi, e coinvolti attra-verso tutti i canali di comunicazione della rete Slow Food, di cui: Nr. 240 volontari nelle attività di terreno Nr. 350.000 cittadinanza/consumatori attività di sensibilizzazione e divulgazione (Terra Madre) Nr. 120.000 consumatori – cittadinanza (raggiunti attraverso newsletter e canali social)

[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).*

		Nr 100 produttori (rif. Nr. 5 mercati pilota) Nr. 1.000 produttori dei nr. 55 mercati italiani coinvolti Miglioramenti attesi: migliore conoscenza delle esternalità positive dell'agricoltura sostenibile; migliore conoscenza dell'impatto di una dieta adeguata e basata su prodotti di qualità sulla salute e sul benessere individuale e collettivo; migliore conoscenza di modelli di produzione e consumo di cibo sostenibili; migliore conoscenza del valore del patrimonio naturale e culturale collegato alle produzioni gastronomiche locali, rafforzamento sociale dei produttori locali.
Scuole e Istituzioni (attività 3.1- 3.4 – 4.1 – 4.2 - 4.3)	N.612	Le scuole vengono coinvolte principalmente attraverso la rete degli Orti Slow Food e grazie all'impegno di attivisti e volontari presenti sul territorio, raggiungendo complessivamente circa 450 scuole in tutta Italia. Questo canale permette di attivare progetti educativi partecipativi, promuovendo la conoscenza della biodiversità agroalimentare e l'adozione di pratiche sostenibili fin dalla giovane età. Le istituzioni, invece, vengono coinvolte tramite i rapporti consolidati all'interno della rete degli Orti Slow Food e attraverso le attività di sviluppo e stimolo delle Food Policy locali. Questo percorso continuo di advocacy favorisce il dialogo e la collaborazione con enti pubblici, al fine di integrare le tematiche della sostenibilità alimentare nelle politiche territoriali. Nr. 450 scuole (3.4) Nr. 10 comuni/istituzioni (3.1) Nr. 40 comuni/ istituzioni (3.4) Nr. 55 comuni/ istituzioni (4.1) Nr. 7 comuni/ istituzioni (4.2) Nr. 50 comuni/ istituzioni (4.3) Miglioramenti attesi: migliore sensibilizzazione e consapevolezza di studenti e comunità scolastiche sui temi della biodiversità, della sostenibilità e dell'educazione alimentare. Sviluppo di una rete stabile e partecipativa tra scuole, attivisti e istituzioni per favorire azioni coordinate e replicabili. Rafforzamento del ruolo delle istituzioni locali nel promuovere e sostenere politiche alimentari sostenibili e inclusive, integrando le istanze della rete degli Orti Slow Food nelle decisioni politiche e programmatiche.

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

Attività 1 – Coordinamento progettuale: Nel corso dell'intero progetto, il coordinamento progettuale garantirà la predisposizione degli strumenti e delle procedure per la gestione tecnico-finanziaria e assicurerà un flusso di comunicazione efficace tra il team nazionale, i coordinamenti regionali e la rete territoriale. I referenti regionali supporteranno l'avvio e la realizzazione delle attività locali attraverso un'analisi dei bisogni, del patrimonio ecogastronomico e degli stakeholder, finalizzata alla costruzione di alleanze di territorio. In parallelo, il coordinamento guiderà e accompagnerà lo sviluppo delle tre linee di azione: per la Formazione saranno definiti e sviluppati i contenuti del percorso online "Food to Action Academy" e della formazione in presenza per gli attivisti, per l'Educazione sarà progettato e implementato un percorso scolastico imperniato sulla scoperta della biodiversità e sul viaggio dell'Arca del Gusto, con il coinvolgimento degli insegnanti e la definizione dello spazio dedicato alla presentazione dei risultati nell'ambito dell'evento Terra Madre, mentre per la Food Policy si procederà con la realizzazione del kit informativo per tutti i Mercati della Terra e la selezione e l'attivazione dei cinque progetti pilota.
Obiettivo e area intervento: 2(f); 3(f); 12(f) - **Area di riferimento**: 21 Regioni **Destinatari**: rete Slow Food a livello nazionale

Attività 2 – Formazione: Nel contesto delle attività di Slow Food, la formazione è uno strumento strategico per rafforzare la rete associativa, valorizzare le competenze territoriali e aumentare l'impatto progettuale. Il percorso formativo è rivolto a soci, attivisti, produttori, cuochi, artigiani e referenti di progetto, con particolare attenzione ai nuovi aderenti e ai giovani. Mira a stimolare il coinvolgimento nei progetti di terreno e a valorizzare il ruolo educativo di figure chiave della rete, promuovendo la condivisione di conoscenze e buone pratiche.
2.1 Food to Action Academy: Slow Food realizza un percorso di formazione online denominato *Food to Action Academy*, dedicato ai principali temi alla base delle attività dell'associazione, alla conoscenza dei progetti sui vari territori e allo scambio di buone pratiche. Il percorso è rivolto a tutti coloro che, a vario titolo, declinano le attività di Slow Food sui territori: attivisti, dirigenti associativi, referenti dei progetti, formatori, educatori, soci. L'Academy si articola in 20 incontri online a cadenza settimanale e affronta tematiche legate alla mission di Slow Food, tra cui: storia e principi dell'associazione, biodiversità e sovranità alimentare, educazione alimentare e cultura del cibo, sostegno ai produttori locali e filiera corta, azioni individuali e collettive per la sostenibilità. Gli incontri si svolgono online utilizzando "modalità meeting" per garantire la partecipazione attiva attraverso l'uso di strumenti di condivisione e collaborazione (lavagne, sondaggi, stanze). Tutti gli incontri sono registrati e messi a disposizione dei soci per una fruizione in differita. In almeno 2 incontri, i contenuti sono sviluppati in collaborazione e gestiti a cura del partner Terra!, che contribuisce con la propria esperienza sui principi e le tematiche condivise, rafforzando la sinergia tra le realtà coinvolte.
2.2 Formazione in presenza per gli attivisti: Il percorso formativo del progetto prevede una seconda sessione laboratoriale in presenza rivolta ai soci Slow Food, che ha l'obiettivo di fornire strumenti e metodi per attivare processi di partecipazione e coinvolgimento delle comunità locali e valorizzare congiuntamente il ruolo dei cittadini, dei produttori, dei cuochi etc., ma anche dei decisori politici e degli stakeholder nella costruzione di un sistema alimentare più sostenibile e solidale. Con docenti esperti in metodologie attive e sviluppo locale si sperimenteranno pratiche partecipative e metodologie di engagement per coinvolgere la base associativa nelle azioni di terreno. Attraverso *World Café* per l'identificazione di soluzioni innovative per la comunità, *Living Lab* per la co-creazione delle progettualità locali e *Design Thinking* per l'applicazione pratica delle soluzioni creative, Slow Food propone ai propri attivisti sessioni laboratoriali di due giorni per favorire la discussione aperta e la condivisione di idee e conoscenze, nonché mappare e valorizzare le risorse e le competenze presenti nella comunità Slow Food, da mettere a valore e al

servizio dell'intera rete. Per le sessioni saranno individuate due location accessibili rispettivamente nel Centro/Nord Italia e nel Sud Italia. Ogni sessione coinvolgerà un minimo di 30 partecipanti, per un monte ore complessivo di 12 ore. Saranno sviluppati materiali didattici per i partecipanti. I partecipanti saranno individuati tra soci, attivisti, produttori, referenti dei progetti e formatori ed educatori della rete Slow Food, referenti delle comunità Slow Food. Per l'individuazione dei partecipanti saranno utilizzati i seguenti criteri di priorità: giovani tra 18 e 35 anni, donne, soggetti attivi nelle reti associative: educatori, cuochi, produttori.
Obiettivo e area intervento: 2(f); 3(f); 12(f) **Area di riferimento**: 21 Regioni - **Destinatari**: rete Slow Food a livello nazionale

Attività 3 – Educare alla Biodiversità: L'azione progettuale si inserisce nel contesto della Rete nazionale degli Orti Slow Food e, insieme alla rete associativa, promuove educazione alimentare e ambientale, tutela della biodiversità e inclusione sociale. Gli Orti Slow Food sono luoghi in cui si coltivano non solo la terra, ma anche le relazioni.
3.1 In Viaggio con l'Arca del Gusto: L'Arca del Gusto è un progetto di Slow Food che cataloga prodotti agroalimentari tradizionali a rischio di estinzione. In questa proposta progettuale, l'Arca diventa un oggetto simbolico e itinerante, costruito in modo artigianale e sostenibile, che attraversa l'Italia seguendo la rete degli Orti Slow Food. In ogni tappa, coinvolge scuole, orti sociali e comunità locali che, scegliendo e facendo salire sull'Arca un prodotto del territorio da salvare, diventano custodi della biodiversità. L'Arca diventa così il fulcro di attività educative e momenti formativi, supportati da un kit didattico, con il contributo di agricoltori, educatori, agronomi e volontari. Il viaggio si sviluppa in 10 tappe condivise con la rete Slow Food, promuovendo la tutela della biodiversità, la conoscenza dei prodotti locali e l'adozione di pratiche agroecologiche, attraverso percorsi di scoperta, scambio e sensibilizzazione.
3.2 Formazione insegnanti e referenti degli Orti: Alla formazione in presenza organizzata in ogni tappa del viaggio, si affianca la formazione online per i protagonisti della rete degli Orti. La formazione prevista si articola in due percorsi distinti, pensati per rispondere in modo mirato alle esigenze di due gruppi fondamentali del progetto: da un lato i membri e coordinatori degli "Orti di Comunità", dall'altro le insegnanti coinvolte nel programma "Orti a scuola". Per i membri e i coordinatori degli "Orti di Comunità", sono previsti cinque incontri all'anno, denominati "Garden to Action". Questi momenti formativi si concentrano su tre assi tematici fondamentali: l'agroecologia, intesa come approccio sostenibile alla coltivazione e alla relazione con l'ambiente; la buona e sana alimentazione, con particolare attenzione alla qualità del cibo e alla salute collettiva; e infine la dimensione comunitaria, come spazio di condivisione, partecipazione attiva e inclusione sociale. Gli incontri rappresentano occasioni di apprendimento, ma anche di scambio di buone pratiche e rafforzamento del senso di appartenenza alla rete degli orti. Per quanto riguarda le insegnanti e gli insegnanti che partecipano al progetto "Orti a scuola", il percorso formativo è strutturato in dieci incontri online. I contenuti proposti spaziano dalla sensorialità come strumento educativo, all'orticoltura e ai principi dell'agroecologia, passando per le culture gastronomiche e l'educazione alimentare.
3.3 L'Arca del Gusto arriva a Terra Madre: L'Arca del Gusto approda a Terra Madre (evento internazionale dedicato alla sostenibilità ambientale, alla sovranità alimentare e alla tutela della biodiversità, che si svolge a Torino, settembre 2026) in uno spazio specifico dedicata all'Educazione, come massimo momento di condivisione pubblica del progetto e occasione di sensibilizzazione rivolta a cittadini, famiglie, scuole e istituzioni. Si prevede l'organizzazione di uno spazio simbolico e partecipato, in cui si racconta il lungo viaggio dell'Arca, si presentano i risultati raggiunti, si dà voce alle comunità che ogni giorno difendono i prodotti e i saperi a rischio di estinzione. In questo contesto, prende vita un'area narrativa e teatrale, pensata per coinvolgere grandi e piccoli attraverso la forza del racconto. Grazie alla collaborazione con l'attrice Lella Costa, il viaggio dell'Arca diventa un racconto poetico e originale, che parla di biodiversità, coraggio e resistenza quotidiana. Accanto alla narrazione, si prevede uno spazio esperienziale dedicato alla biodiversità dei saperi e alla conoscenza dei mestieri legati alla cura per la terra. La combinazione tra racconto teatrale, esperienza diretta e incontro con i mestieri della biodiversità rende questa progettualità un punto centrale di riflessione, ispirazione e attivazione collettiva, dove le storie si intrecciano con le vite reali e il cibo diventa veicolo di cambiamento.
3.4 Festa degli Orti: Ogni anno, l'11 novembre, in concomitanza con San Martino - giorno di conclusione dell'anno agrario, Slow Food celebra la festa degli Orti. Per l'occasione, Slow Food prepara e fornisce a tutte le scuole aderenti un kit didattico utile a celebrare la giornata, ma anche a lavorare in aula e in orto tutto il resto dell'anno scolastico. Per la Festa degli Orti del novembre 2026 (dedicata al tema Biodiversità e Arca del Gusto). Il kit prevederà materiali e schede didattiche

che affrontano il tema della conoscenza e salvaguardia dell'agrobiodiversità e sarà composto da una parte digitale e da una parte analogica. La parte digitale comprenderà schede didattiche, tarate per le diverse fasce di età coinvolte. Alcune prevederanno attività sensoriali, di assaggio o di manipolazione degli alimenti o di elementi naturali, altre prevederanno attività di sperimentazione individuale, altre ancora attività di gruppo. Il kit sarà arricchito da materiali di approfondimento per gli insegnanti, utili a integrare il tema della salvaguardia della biodiversità all'interno del percorso educativo, fornendo strumenti, spunti e riferimenti per una didattica interdisciplinare. Alla Festa si stima l'adesione di circa 450 scuole di tutta Italia, corrispondenti a circa 1.400 classi, ovvero circa 1.400 insegnanti e 35.000 alunni e alunne.
Obiettivo e area intervento: 2(f); 3(f); 12(f) - **Area di riferimento**: 21 Regioni - **Destinatari**: alunni, insegnanti, genitori, istituzioni, scuole, attivisti e volontari

Attività 4 – Le politiche alimentari del cibo: I "Mercati della Terra" (mercati di produttori locali di qualità) rappresentano un modello virtuoso di filiera corta, trasparente e sostenibile, sempre più riconosciuto come strumento concreto per l'attuazione delle politiche alimentari locali (*food policy*). Essi permettono di connettere produttori, istituzioni, cittadini e operatori, in collaborazione con la rete associativa e le realtà del territorio, contribuendo a costruire un sistema alimentare giusto, equo e sostenibile, in grado di rispondere alle sfide ambientali, sociali ed economiche delle comunità locali.
4.1 Kit di divulgazione "Mercati della Terra" a livello nazionale: Nell'ambito delle attività volte a promuovere e diffondere i valori e le pratiche dei Mercati della Terra, è prevista la realizzazione di due distinti kit informativi, pensati per raggiungere target differenti e garantire una comunicazione capillare ed efficace su scala nazionale. Il primo kit è rivolto ai consumatori e comprende tre guide Slow Food sul consumo responsabile, che saranno rielaborate, aggiornate e rieditate ad hoc. Tutte le guide saranno rese disponibili in formato digitale, tramite QR code, per un accesso immediato e diffuso. Almeno due di queste saranno anche stampate, spedite ai Mercati della Terra di Tutta Italia (nr. 55) e distribuite ai consumatori. L'obiettivo è fornire ai cittadini un supporto concreto per adottare comportamenti di acquisto più responsabili, in linea con i principi di sostenibilità ambientale, equità e valorizzazione delle produzioni locali. Il secondo kit sarà invece destinato agli operatori che già gestiscono o che intendono avviare un Mercato della Terra. Questo kit prevederà una serie di video tutorial, che possano accompagnare, con indicazioni pratiche e accessibili, tutte le fasi del percorso: la creazione, la gestione quotidiana e la promozione di un mercato. In questo modo, i Mercati della Terra potranno consolidarsi come strumenti strategici per lo sviluppo e l'implementazione di politiche alimentari locali (*food policy*), contribuendo alla costruzione di sistemi alimentari più giusti, partecipati e sostenibili.
4.2 Progetto pilota in 5 Regioni: Il progetto pilota rappresenta un'iniziativa strategica finalizzata a rafforzare i Mercati della Terra e integrarli all'interno delle Food Policy urbane, con l'obiettivo di costruire modelli territoriali innovativi e replicabili su scala nazionale. Coinvolge cinque Regioni e altrettanti Comuni, selezionati per la loro capacità di attivare processi partecipativi e per la presenza, consolidata o emergente, di Mercati della Terra: Alba in Piemonte, Vicenza in Veneto, Pontremoli in Toscana, Roma nel Lazio e Martina Franca in Puglia. In parallelo, il progetto si arricchisce grazie alla collaborazione con il partner Terra!, che curerà lo sviluppo di azioni dedicate alla promozione e al rafforzamento delle Food Policy locali nelle città di Bari e Torino, ampliando l'impatto territoriale dell'iniziativa nelle Regioni Puglia e Piemonte. L'intervento si articola lungo tre direttrici principali, che integrano promozione di buone pratiche alimentari, coinvolgimento delle comunità locali e valorizzazione dei territori: a) La prima linea d'azione valorizza i Mercati della Terra come hub territoriali per lo sviluppo di politiche alimentari locali, promuovendo sinergie tra produttori, istituzioni e cittadini. Attraverso questi mercati si favoriscono modelli di economia circolare, filiere trasparenti e pratiche alimentari ispirate alla sostenibilità e alla giustizia sociale. b) La seconda componente prevede attività educative e partecipative con particolare attenzione ai giovani under 35. Iniziative pensate ad hoc con gli stakeholder (a titolo esemplificativo: realizzazione di una escape room o similar, Disco Soup - format che unisce musica e cucina -, laboratori del gusto/incontri pubblici) promuoveranno la lotta allo spreco alimentare, la sostenibilità e la biodiversità locale. Ogni evento sarà anche occasione di confronto e valutazione dell'impatto sociale, ambientale ed economico. c) La terza azione promuove lo scambio tra produttori e la costruzione di comunità territoriali solide, attraverso visite alle aziende, momenti di confronto e attività di rete. L'obiettivo è diffondere buone pratiche, rafforzare le filiere locali e

stimolare forme di turismo sostenibile legate alle specificità agroalimentari e culturali di ciascun territorio. Nel complesso, il progetto si propone come laboratorio diffuso per la sperimentazione di un nuovo modello di sviluppo locale sostenibile, fondato sulla coesione sociale, la resilienza economica e la valorizzazione dei territori.

4.3 I Mercati della Terra - Le Food Policy a Terra Madre: In occasione dell'evento Terra Madre sarà allestito uno spazio dedicato al tema delle politiche alimentari, con l'intento di offrire un momento di confronto e riflessione ad alto livello istituzionale. All'interno di questo contesto si svolgerà un incontro volto a mettere in evidenza il ruolo strategico dei Mercati della Terra come strumenti operativi efficaci per l'attuazione delle Food Policy a livello locale. L'iniziativa punterà a coinvolgere attivamente le amministrazioni pubbliche, stimolando la partecipazione di rappresentanti istituzionali, tecnici e attori territoriali impegnati nella costruzione di sistemi alimentari sostenibili. In questo quadro, il partner Terra! propone di contribuire all'animazione dello spazio Food Policy, trattandosi di un ambito di impegno condiviso. In particolare, si propone di valorizzare l'esperienza delle cinque regioni pilota, integrandola con il coinvolgimento di alcune città – tra cui Roma, Bologna, Genova e Bari – che stanno sviluppando percorsi di politiche del cibo e che Terra! accompagna da vicino nei rispettivi processi. Durante l'evento, saranno presentate le esperienze sviluppate nei territori come casi studio, con l'obiettivo di proporli come modelli replicabili su scala nazionale. L'obiettivo finale è di consolidare una rete di territori attivi e consapevoli, pronti a collaborare e a condividere strumenti, metodologie e visioni per trasformare le politiche alimentari locali in leve strategiche di cambiamento. In questo modo, Terra Madre si conferma non solo come spazio di narrazione e condivisione culturale, ma anche come piattaforma operativa per lo sviluppo e la diffusione di approcci innovativi alle sfide alimentari contemporanee.

Obiettivo e area intervento: 2(f); 3(f); 12(f) **Area di riferimento**: 21 Regioni - **Destinatari**: attivisti, operatori, cittadinanza e consumatori, istituzioni

Attività 5 – Comunicazione

La comunicazione rappresenta un asse strategico fondamentale per garantire la massima efficacia e visibilità al progetto *"Slow Food in azione: un'Altra Idea di Mondo"*. Il piano di comunicazione sarà redatto nei primi 30 giorni dall'avvio e riguarderà ogni linea progettuale, in coerenza con le linee guida del Ministero. **Obiettivo e area intervento**: 2(f); 3(f); 12(f) **Area di riferimento**: 21 Regioni - **Destinatari**: attivisti, operatori, cittadinanza e consumatori, istituzioni.

Attività 6– Valutazione di impatto

La valutazione d'impatto sociale accompagnerà l'intero progetto, misurando gli effetti sulle comunità, sui soggetti della rete Slow Food e sui territori coinvolti. Il processo, basato su un approccio partecipato e sulla Theory of Change, integra strumenti quantitativi e qualitativi (questionari, interviste, osservazioni, diari di bordo) per monitorare cambiamenti in competenze, relazioni e pratiche sostenibili. Le azioni di formazione, educazione e inclusione saranno analizzate attraverso indicatori di partecipazione, apprendimento e impatto sociale, con momenti di restituzione intermedi e un report finale che evidenzierà risultati, buone pratiche e ricadute territoriali.

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- Coordinamento progettuale																		
1.1 Avvio progettuale																		
1.2 Coordinamento e sviluppo progettuale																		
2 - Formazione																		
2.1 Food to Action Academy																		
2.2 Formazione in presenza per gli attivisti																		
3 – Educare alla biodiversità																		
3.1 In Viaggio con l'Arca del Gusto																		
3.2 Formazione insegnanti e referenti degli Orti																		
3.3 L'Arca del Gusto arriva a Terra Madre																		
3.4 Festa degli Orti																		
4 – Le politiche alimentari del cibo																		
4.1 Kit di divulgazione "Mercati della Terra" a livello nazionale																		
4.2 Progetto pilota in 5 Regioni																		
4.3 I Mercati della Terra - Le Food Policy a Terra Madre																		
5 - Comunicazione																		
6 – Valutazione Impatto																		

7a - Risorse umane

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta [5]	Ente di appartenenza	Livello di Inquadramento professionale [6]	Forma contrattuale [7]	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	1	A "Progettazione" - Capo Progetto	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	A: Progettazione: euro 11.394
2	1	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione" Responsabile comunicazione -ufficio stampa	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	B: Promozione, informazione, sensibilizzazione: euro 16.489,44
3	1	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione" – Comunicazione	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	B: Promozione, informazione, sensibilizzazione: euro 10.563,84
4	1	B "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione" – Comunicazione – Digital Social	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	B: Promozione, informazione, sensibilizzazione: euro 10.825,92
5	2	'C "Attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto" Segreteria - Rendicontazione	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	C: Segreteria, Coordinamento e monitoraggio: euro 34.240,32
6	1	'C "Attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto" Coordinamento, monitoraggio e valutazione impatto	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	C: Segreteria, Coordinamento e monitoraggio: euro 32.916
7	2	D "Funzionamento e gestione del progetto" Sviluppo, coordinamento e gestione attività educativa/biodiversità	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	D: Funzionamento e gestione del progetto euro 41.417,04

[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.*

8	1	D "Funzionamento e gestione del progetto" Sviluppo e gestione attività formativa	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 27.912,64
9	2	D "Funzionamento e gestione del progetto" Sviluppo e gestione attività mercati della terra	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 37.094,40
10	2	D "Funzionamento e gestione del progetto" Sviluppo e coordinamento della rete nazionale	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 30.733,92
11	4	D "Funzionamento e gestione del progetto" Attività di coordinamento e sviluppo food policy su scala nazionale	Slow Food Italia APS	Personale Interno	Dipendente T/I	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 44.596,86
12	1	D "Funzionamento e gestione del progetto" Responsabile attività di progetto	TERRA! APS	Personale Interno	Dipendente T/I	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 14.335
13	1	D "Funzionamento e gestione del progetto" Attività di coordinamento e sviluppo food policy Bari e Torino	TERRA! APS	Personale Interno	Dipendente T/I	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 6.100
14	1	D "Funzionamento e gestione del progetto" Attività sviluppo progettuale /amministrativa	TERRA! APS	Personale esterno	Collaboratore esterno	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 12.000
15	1	D "Funzionamento e gestione del progetto" Formatori (foodpolicy)	TERRA! APS	Personale esterno	Collaboratore esterno	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 4.200
16	7	D "Funzionamento e gestione del progetto" Docenti (attività di formazione)	SLOW FOOD ITALIA APS	Personale esterno	Collaboratore esterno	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 7.200
17	20	D "Funzionamento e gestione del progetto" Docenti (attività educativa)	SLOW FOOD ITALIA APS	Personale esterno	Collaboratore esterno	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 24.000
18	30	D "Funzionamento e gestione del progetto" Tutor/facilitatori (attività foodpolicy)	SLOW FOOD ITALIA APS	Personale esterno	Collaboratore esterno	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 12.000

19	5	D "Funzionamento e gestione del progetto" Supporto organizzativo progetti pilota mercati della terra (rete slow food)	SLOW FOOD ITALIA APS	Personale esterno	Collaboratore esterno	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 15.000
20	5	D "Funzionamento e gestione del progetto" Tecnici specialistici progetti pilota mercati della terra	SLOW FOOD ITALIA APS	Personale esterno	Collaboratore esterno	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 7.500

7b. Volontari

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

	Numero	**Tipo attività che verrà svolta [8]**	**Ente di appartenenza**	**Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)**
1	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD PIEMONTE E VALLE D'AOSTA APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
2	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD TOSCANA APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
3	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	ASSOCIAZIONE SLOW FOOD PUGLIA APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
4	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD SICILIA APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
5	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD LOMBARDIA APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
6	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD EMILIA ROMAGNA APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0

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

7	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD CAMPANIA APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
8	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD MARCHE APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
9	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD ABRUZZO APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
10	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD VENETO APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
11	10	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD LAZIO APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0
12	240	Attività a supporto e coordinamento per i progetti di territorio. *(attività D)*	SLOW FOOD ITALIA APS	D: Funzionamento e gestione del progetto: euro 0

8 – Collaborazioni

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

	Ente collaboratore	**Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione**
1	Istituto Centrale per il Patrimonio Immateriale – Ministero della Cultura	Collaborazione alle attività formative (1.1-1.2 – 4.2-4.3) e partecipazione, in qualità di relatori, alle iniziative di formazione e sensibilizzazione in coerenza con gli obiettivi generali e le aree di intervento previste dal progetto.
2	Comune di Crispiano (TA)	Collaborazione istituzionale e supporto alle attività previste nell'ambito delle iniziative dedicate ai Mercati della Terra (4.1-4.2-4.3), nonché alle azioni di sensibilizzazione e sviluppo delle food policy sul territorio.
3	Comune di Alba (CN)	Collaborazione istituzionale e supporto alle attività previste nell'ambito delle iniziative dedicate ai Mercati della Terra (4.1-4.2-4.3),nonché alle azioni di sensibilizzazione e sviluppo delle food policy sul territorio.
4	Comune di Martina Franca (TA)	Collaborazione istituzionale e supporto alle attività previste nell'ambito delle iniziative dedicate ai Mercati della Terra (4.1-4.2-4.3), nonché alle azioni di sensibilizzazione e sviluppo delle food policy sul territorio.
5	Comune di Pontremoli (MS)	Collaborazione istituzionale e supporto alle attività previste nell'ambito delle iniziative dedicate ai Mercati della Terra (4.1-4.2-4.3), nonché alle azioni di sensibilizzazione e sviluppo delle food policy sul territorio.
6	Roma Capitale (RM)	Collaborazione istituzionale e supporto alle attività previste nell'ambito delle iniziative dedicate ai Mercati della Terra (4.1-4.2-4.3), nonché alle azioni di sensibilizzazione e sviluppo delle food policy sul territorio.

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

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

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

Affidamento a soggetti terzi (ai sensi della Circolare 2/2009 e Avviso 2/2025). Nel rispetto dei criteri indicati dalla Circolare n. 2/2009, par. 4 e ss., richiamata in via analogica dall'Avviso 2/2025, il progetto prevede l'affidamento a soggetti terzi per due attività chiave:

1. Valutazione di impatto (Attività 6)

L'attività di valutazione d'impatto sarà affidata a un ente terzo indipendente, con comprovata esperienza in ambito valutativo, mediante l'utilizzo di metodologie integrate, qualitative e quantitative, finalizzate a misurare gli effetti delle azioni progettuali nelle tre dimensioni della sostenibilità: ambientale, sociale ed economica. L'obiettivo è la redazione di un rapporto finale di impatto che rafforzi la rendicontazione qualitativa del progetto e contribuisca all'orientamento strategico futuro dell'ente beneficiario. L'affidamento sarà effettuato nel rispetto dei principi di trasparenza, pubblicità e parità di trattamento, conformemente a quanto previsto dalla normativa vigente – in particolare dalla Circolare attuativa e, ove applicabile, dal D.lgs. 163/2006 (artt. 1 e 3).

La qualificazione degli operatori economici è verificata tramite requisiti tecnico-professionali ed economico-finanziari e il possesso di certificazioni di qualità e l'esibizione di referenze e portfolio di attività pregresse. In esito alla prima procedura di consultazione e confronto con altri operatori economici del settore, si è proceduto all'affidamento a BIA Srl, in quanto soggetto che ha presentato la proposta più competitiva e qualitativamente più rispondente alle esigenze progettuali. Nello specifico, BIA Srl ha dimostrato:

- Esperienza comprovata in valutazioni di impatto complesse;
- Un approccio metodologico robusto e innovativo, con l'uso integrato di strumenti quali: analisi controfattuali, indicatori di outcome e impatto, stakeholder engagement, teoria del cambiamento.
- Capacità documentata di personalizzazione degli strumenti valutativi rispetto al contesto progettuale specifico.
- Un team multidisciplinare con competenze trasversali in ambito ambientale, sociale ed economico.
- Una proposta economica competitiva, in linea con i valori di mercato, che garantisce il miglior equilibrio tra qualità del servizio e costo.

2. Formazione in presenza per attivisti (Attività 2.2)

L'affidamento della formazione in presenza a un ente esterno specializzato risponde all'esigenza di integrare le competenze interne della rete Slow Food con metodologie formative avanzate e approcci innovativi, non sempre pienamente disponibili all'interno dell'organizzazione.

In particolare, la formazione prevede l'uso di strumenti come World Café, Living Lab e Design Thinking, che richiedono figure esperte e formatori con esperienza specifica nell'ambito dello sviluppo locale, della facilitazione di processi partecipativi e dell'engagement di comunità.

Questa scelta consente di:

- Assicurare un alto livello qualitativo dei contenuti e della didattica;
- Valorizzare il confronto con esperti esterni, arricchendo l'esperienza formativa dei partecipanti;
- Supportare le risorse interne, garantendo un percorso formativo efficace, inclusivo e replicabile.

L'obiettivo è offrire agli attivisti e ai referenti di progetto strumenti concreti e professionalizzanti, rafforzando il loro ruolo nelle comunità locali e migliorando l'impatto delle azioni promosse dalla rete Slow Food.

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
1. Consolidare le competenze degli attivisti e dei membri della rete attraverso la formazione	Attività 1 – Coordinamento progettuale Attività 2.1 – Food to Action Academy Attività 2.2 – Formazione in presenza per gli attivisti Attività 3.2 – Formazione insegnanti e referenti degli Orti Attività 4.1 – Kit di divulgazione "Mercati della Terra" a livello nazionale Attività 4.3 – I Mercati della Terra-Le Food Policy a Terra Madre	- Questionari: somministrati in tutti gli incontri, con monitoraggio semestrale. - Osservazione diretta in momenti formativi e di incontro e raccolta dei feedback dei partecipanti: monitoraggio semestrale. - Registrazioni multimediali eventi: monitoraggio semestrale. - Focus group semestrali: coinvolgimento di operatori e beneficiari (attivisti, soci, volontari).
2. Promuovere l'educazione alla biodiversità	Attività 3.1 – In Viaggio con l'Arca del Gusto Attività 3.2 – Formazione insegnanti e referenti degli Orti	- Questionari: somministrati in tutti gli incontri, con monitoraggio semestrale. - Interviste semi-strutturate: realizzate online e in presenza, coinvolgendo fruitori e formatori, con monitoraggio semestrale. - Osservazione diretta: presenza nelle attività educative e monitoraggio qualitativo degli eventi, con monitoraggio semestrale. - Raccolta materiali multimediali: valutazione dati qualitativi, con monitoraggio semestrale.
3. Diffondere pratiche sostenibili e responsabilità alimentare attraverso i Mercati della Terra	Attività 4.1 – Kit di divulgazione "Mercati della Terra" a livello nazionale Attività 4.2 – Progetto pilota in 5 Regioni Attività 4.3 - I Mercati della Terra - Le Food Policy e Terra Madre Attività 5 - Comunicazione	- Questionari: somministrati in tutti gli incontri, con monitoraggio semestrale. - Interviste semi-strutturate: realizzate online e in presenza, coinvolgendo fruitori e formatori, con monitoraggio semestrale. - Raccolta materiali multimediali: valutazione dati qualitativi, con monitoraggio semestrale. - Focus group semestrali: coinvolgimento di operatori, stakeholder e beneficiari (attivitsti, soci, volontari).
4. Rafforzare la cultura e la partecipazione civica intorno a sistemi alimentari sostenibili	Attività 2.2 – Formazione in presenza per gli attivisti Attività 3.3 – L'Arca del Gusto arriva a Terra Madre Attività 3.4 – Festa degli Orti Attività 5 – Comunicazione	- Questionari: somministrati in tutti gli incontri, con monitoraggio semestrale. - Interviste semi-strutturate: realizzate online e in presenza, coinvolgendo fruitori e formatori, con monitoraggio semestrale.

		- Osservazione diretta: presenza nelle attività educative e monitoraggio qualitativo degli eventi, con monitoraggio semestrale. - Raccolta materiali multimediali: valutazione dati qualitativi, con monitoraggio semestrale.
5. Promuovere la disseminazione dei valori associativi attraverso attività promosse da soci, volontari e attivisti	Attività 3.2 – Formazione insegnanti e referenti degli Orti Attività 4.1 – Kit di divulgazione "Mercati della Terra" a livello nazionale Attività 5 – Comunicazione	- Questionari: somministrati in tutti gli incontri, con monitoraggio semestrale. - Interviste semi-strutturate: realizzate online e in presenza, coinvolgendo la cittadinanza, con monitoraggio semestrale.

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
Redazione di un piano di comunicazione che definisca messaggi, target, strumenti, canali e cronoprogramma, al fine di armonizzare tutte le attività e massimizzare i risultati. Il piano di comunicazione sarà redatto nei primi 30 giorni dall'avvio del progetto, riguarderà ogni linea progettuale e conterrà tutti gli elementi necessari per il rispetto delle linee guida indicate dal Ministero.	Piano di comunicazione, organizzato per messaggi, strumenti e canali, cronoprogramma.	Comunicazione efficace ed efficiente per il raggiungimento dei target e dei risultati attesi.	Verifica puntuale di attività, output, risultati e cronoprogramma
Il sito di Slow Food Italia avrà la sezione dedicata "Slow Food in azione: un'Altra Idea di Mondo", che conterrà tutti i materiali relativi al progetto e alle attività previste, sia per la funzione tecnico-istituzionale, sia per le attività di formazione, informazione, sensibilizzazione alla cittadinanza (materiali divulgativi quali, articoli e interviste, comunicati stampa, foto e video; pubblicazioni su modelli di produzione e consumo sostenibile, stili di vita e benessere personale).	Sezione dedicata sul sito slowfood.it	Oltre 700 mila utenti regolarmente informati. Un luogo digitale in cui l'utente può trovare in maniera organizzata tutto quanto è necessario per partecipare alle attività e approfondire i temi del progetto.	Dati statistici di analisi sito web.

I canali social di Slow Food Italia ospiteranno una programmazione continua di post nel feed, storie e reel dedicati ai vari ambiti progettuali previsti, con approfondimenti di esperti, voci dei protagonisti dai territori. L'obiettivo è sia istituzionale, per rendere conto dell'impatto del progetto, sia di "guida" fruibile per gli utenti delle pagine di Slow Food Italia, con contenuti che promuovano stili di consumo e di produzione positivi per la salute, l'ambiente e la società e che stimolino la partecipazione attiva dei cittadini. Saranno forniti materiali di comunicazione ai gruppi comunicazione di Slow Food a livello regionale, affinché possano diffondere anche ai propri utenti i contenuti di più stretto interesse territoriale, oltre che quelli generali oggetto del progetto.	Canali social di Slow Food Italia: YouTube, Instagram, Facebook, LinkedIn, adeguando linguaggio e strumenti al canale, in base alle caratteristiche e agli obiettivi del messaggio e ai target di riferimento. Canali social delle associazioni Slow Food locali, laddove possibile.	222 mila follower su Facebook @Italia.slowfood; 166.000 follower su Instagram @slow_food_italia; 5.900 follower su YouTube SlowFoodItalia; 78.000 follower su LinkedIn slowfood Utenti informati sul progetto e sugli stili di consumo legati al patrimonio alimentare	Dati statistici di analisi degli account social
La newsletter di Slow Food Italia veicolerà, ai soci Slow Food attivi e agli iscritti al servizio di mailing, i contenuti realizzati per il progetto: comunicati stampa, articoli, interviste, video, immagini.	Newsletter settimanale di Slow Food Italia	120.000 soci, attivisti e appassionati di Slow Food sono informati regolarmente sul progetto e sui suoi contenuti e attività	Numero di newsletter che contengono articoli, interviste, foto e video relativi al progetto e statistiche di accesso relative.
La redazione di Slow Food Italia si occuperà della ricerca di informazioni per la scrittura di articoli, comunicati stampa, interviste con esperti, cuochi e produttori della rete Slow Food o coinvolti nei vari ambiti progettuali. Il materiale sarà pubblicato sul sito di Slow Food Italia nella sezione News o nella sezione Comunicati stampa, e sarà inoltre impiegato per la creazione di post da pubblicare sui canali social e la newsletter.	Sito slowfood.it, mailing list e media di riferimento	Informare gli utenti del sito, della newsletter, dei social di Slow Food Italia; offrire un servizio ai giornalisti che si rivolgono a Slow Food, invitarli a partecipare agli eventi organizzati.	Numero di contenuti realizzati e pubblicati
L'ufficio stampa di Slow Food Italia si occuperà di redigere inviti agli eventi e comunicati stampa e di inviarli ai giornalisti in base alla competenza tematica o territoriale.	Ufficio stampa a livello nazionale e regionale	Raggiungere e coinvolgere il più alto numero di cittadini su base nazionale e regionale attraverso le testate giornalistiche cartacee, tv, radio e i siti di informazione.	Rassegna stampa del progetto.

L'ufficio grafico di Slow Food Italia definirà la grafica di progetto e realizzerà i materiali necessari (materiale didattico, divulgativo, brochure, locandine infografiche, social media) nel rispetto delle linee guida indicate dal Ministero.	Kit grafico per la comunicazione offline e online (sito web e social); materiali cartacei divulgativi a formazioni, eventi	Immagine grafica coordinata e materiali finalizzati in base al target	Verifica in base ai feed-back di valutazione dei target
L'ufficio comunicazione di Slow Food Italia realizzerà una serie di servizi fotografici e di video per i social per documentare i momenti salienti delle attività previste dal progetto.	Foto e video pubblicati sulla piattaforma professionale media.slowfood.it e sul canale YouTube di Slow Food Italia.	Gallery fotografiche e video professionali a disposizione di utenti dei canali e dei giornalisti	Numero di foto e video pubblicati e statistiche di canale
L'ufficio comunicazione di Slow Food Italia declinerà la visibilità delle attività inserite nel progetto all'interno dei piani di comunicazione degli aventi nazionali e internazionali, come ad esempio Terra Madre.	Gli eventi nazionali e internazionali coinvolgono in media 350.000 visitatori per ogni edizione, a cui vanno sommati gli eventi locali. Allo scopo vengono utilizzati: canali digitali dell'ente e dell'evento (sito web, newsletter, account social); attività di media relation con testate giornalistiche locali e nazionali, influencer e blogger. Piano di investimenti media e in città.	350.000 cittadini informati sul progetto attraverso la partecipazione ad attività dedicate all'interno dell'evento, oltre alle centinaia di migliaia di persone informate grazie alla programmazione dell'attività di comunicazione (sito, social, media).	Numero di visitatori, Numero di partecipanti e Numeri di accessi alla programmazione digitale

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

Firmato digitalmente da:
Barbara Nappini
Data: 24/10/2025 13:58:07