

AVVISO N. 3/2024
PER IL FINANZIAMENTO DI PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE, RIGUARDANTI ESCLUSIVAMENTE LE AREE DI INTERVENTO PRIORITARIE AVENTI AD OGGETTO L’I.A., AI SENSI DELL’ARTICOLO 72 DEL DECRETO LEGISLATIVO 3 LUGLIO 2017, N. 117. – ANNO 2024.

MODELLO D

SCHEDA DELLA PROPOSTA PROGETTUALE

1a.– Titolo

LaboratorI.A.

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

2a - Obiettivi generali ¹
[1] Salute e benessere: assicurare la salute ed il benessere per tutti e per tutte le età
[2] Fornire un’educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento permanente per tutti
[3] Raggiungere l’uguaglianza di genere e l’empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze
[4] Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un’occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti

2b - Aree prioritarie di intervento ²
[1] Favorire un uso etico dell’I.A. e delle nuove tecnologie (es. social network, internet, messaggistica istantanea, videogiochi etc...) e relativa informazione sui rischi correlati
[2a] promozione di iniziative educative rivolte ai giovani e alle loro famiglie, capaci di sviluppare un uso etico, consapevole e critico dell’I.A. e delle nuove tecnologie; [2b] sviluppo di azioni contro l’abuso dell’I.A. e i deepfake di cui sono vittime i giovani.
[3a] promuovere la conoscenza dell’I.A. per sviluppare conoscenze e competenze tra le giovani donne e ragazze che si affacciano al mondo del lavoro; [3b] sviluppo di azioni contro l’abuso dell’I.A. e i Deepfake di cui potrebbero essere vittime le giovani donne e le ragazze.
[4] promuovere la conoscenza dell’I.A. e delle nuove tecnologie per sviluppare conoscenze e competenze tra i giovani che si affacciano al mondo del lavoro.

¹ Il presente Avviso è dedicato esclusivamente ai progetti riguardanti l’area di intervento prioritaria dell’I.A., a cui sono destinate le risorse della linea “B” di finanziamento come esplicitato al § 7. LINEE DI ATTIVITÀ DA FINANZIARE dell’atto di indirizzo. I progetti da finanziare con le risorse del Fondo per l’anno 2024 devono concorrere a promuovere e sostenere la realizzazione di iniziative educative rivolte ai giovani e alle loro famiglie, capaci di sviluppare un uso etico, consapevole e critico dell’I.A. e delle nuove tecnologie, sia in termini di valorizzazione delle opportunità da queste offerte sia di prevenzione dei rischi che possono ostacolare il pieno sviluppo sano della persona umana.

² Sono integralmente riportate nell’allegato 1 dell’avviso 3/2024.

2c- Linee di attività³

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

- [X] 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;
- [x] b) 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;
- [X] c) formazione universitaria e post-universitaria;
- [X] d) 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;
- [X] e) radiodiffusione sonora a carattere comunitario, ai sensi dell'articolo 16, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223, e successive modificazioni;
- [X] f) formazione extra-scolastica, finalizzata alla prevenzione della dispersione scolastica e al successo scolastico e formativo, alla prevenzione del bullismo e al contrasto della povertà educativa;
- [X] g) servizi finalizzati all'inserimento o al reinserimento nel mercato del lavoro 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;
- [] h) 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;
- [X] i) promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti delle attività di interesse generale di cui al presente articolo, promozione delle pari opportunità e delle iniziative di aiuto reciproco, incluse le banche dei tempi di cui all'articolo 27 della legge 8 marzo 2000, n. 53, e i gruppi di acquisto solidale di cui all'articolo 1, comma 266, della legge 24 dicembre 2007, n. 244;

³ Ricomprese tra quelle di cui all'articolo 5 del d.lgs. 117/2017 e s.m.i. integralmente riportate nell'allegato 1 dell'Avviso 3/2024.

3 – Descrizione del progetto (Massimo due pagine)

Esporre sinteticamente:

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

Il progetto interesserà l'intero territorio nazionale, coprendo **20 regioni**. L'esperienza pregressa, la presenza sul territorio del partenariato diventa un fattore determinante e facilitatore per il raggiungimento degli obiettivi progettuali. Le località previste sono: **Sicilia**, Modica (RA), Catania, Agrigento, Messina; **Calabria**, Cosenza, Catanzaro, Reggio Calabria; **Basilicata**, Potenza, Matera; **Puglia**, Bari, Lecce, Foggia; **Campania**, Salerno, Napoli; **Sardegna**, Cagliari; **Molise**, Termoli, Campobasso; **Lazio**, Roma, Viterbo; **Abruzzo** L'Aquila, Pescara, Chieti; **Umbria**, Perugia, Terni; **Marche**, Ascoli Piceno, Ancona; **Toscana**, Pistoia, Firenze, Siena, Grosseto; **Emilia-Romagna**, Bologna, Modena, Ferrara; **Veneto**, Padova, Treviso; **Friuli-Venezia Giulia**, Udine Pordenone; **Liguria**, Genova, La Spezia; **Piemonte**, Torino; **Trentino Alto-Adige**, Provincia Autonoma di Trento/Bolzano; **Lombardia**, Milano, Monza, Cremona, Varese; **Valle d'Aosta**, Aosta.

3.2. Idea a fondamento della proposta

Il progetto Laborator.I.A. offre **soluzioni d'impatto innovativo** favorendo la promozione di **iniziative educative rivolte ai docenti, giovani e alle loro famiglie** capaci di orientare i beneficiari verso un uso etico, consapevole e critico delle nuove tecnologie e, in particolare, dell'I.A., e, allo stesso tempo, promuove azioni contro l'abuso dell'I.A. e a vantaggio dell'empowerment delle competenze digitali anche in chiave occupazionale con particolare attenzione ai principali aspetti legati al bullismo e cyberbullismo, alla sicurezza, alle fake news e deep fake ed alla tutela dei diritti dei consumatori.

L'ulteriore idea a fondamento di Laborator.I.A. è quella di realizzare su tutto il territorio nazionale **attività multidisciplinari che coinvolgono i territori** e che si propongono di contribuire alla presa di consapevolezza sul tema dell'I.A. e degli usi dei social da parte delle comunità coinvolte, attraverso concorsi, incontri, rappresentazioni teatrali, cortometraggi, eventi sui territori Road Show, materiali ed iniziative formative-informative, contest e laboratori, che trattino i temi dell'I.A. e dei social media in una chiave di opportunità positive per la crescita personale, professionale e culturale per promuovere un utilizzo etico, consapevole e critico della stessa e delle nuove tecnologie, mitigando i rischi connessi, come fake news, hate speech e deepfake e favorendo l'inclusione e la parità di genere nel contesto tecnologico e lavorativo.

3.3. Descrizione del contesto

Dal **Report annuale della Polizia Postale** emerge come nel 2024 siano stati aperti 54.554 fascicoli di indagine per reati informatici denunciando 7.884 persone. In tale contesto delittuoso si segnala la forte espansione delle truffe on-line tramite proposte di investimenti di capitali (il c.d. trading online), furti sui conti correnti ed operazioni E-commerce e reati contro la privacy. Inoltre, i dati mostrano un aumento della commissione di reati di pedopornografia e adescamento on-line.

Da una **Ricerca delle Nazioni Unite promossa dall'Unicef**, si riscontra che nel mondo uno studente su tre tra i 13 e i 15 anni ha vissuto esperienze di bullismo mentre, a seconda dei paesi, tra il 5% e il 20% della popolazione minorile è stato vittima di cyberbullismo.

Un'indagine svolta da Save The Children, è emerso che è sempre più precoce l'età in cui si accede ad Internet ovvero, del 54% per i bambini dai 6 ai 10 anni e del 94% per la fascia d'età tra i 15 ed i 17, mentre sono le ragazze quelle che condividono maggiormente foto o video personali sui profili social. Il rischio maggiore rilevato investe il target dei più giovani dato che circa il 7% dei bambini tra 11 e 13 anni è risultato vittima di prepotenze tramite cellulare o Internet una o più volte al mese, mentre la quota scende al 5,2% tra i ragazzi da 14 a 17 anni. Allo stesso tempo, in un **rapporto del 2022, l'ISTAT** evidenzia come l'83% dei ragazzi tra gli 11 e i 17 anni utilizza Internet attraverso un telefono cellulare e il 57% naviga nel web. In aggiunta, secondo uno **Studio del NewsGuard**, organizzazione che monitora tramite un team di giornalisti la disinformazione online, sono 519 i siti - tra i 6.730 domini monitorati tra Europa e Stati Uniti - a

ANTONIO
LONGO
25.03.2025
11:17:01
GMT+01:00



diffondere regolarmente fake news o notizie infondate. Dati recenti e concordanti mostrano che la disinformazione sui social network genera di per sé più engagement della maggior parte delle notizie accurate e verificate.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

Laboratori I.A. si pone come risposta alla **scarsa consapevolezza sulle nuove tecnologie** nel cambio paradigmatico che l'I.A. sta assumendo trasversalmente nella società verso la comunità educante, verso le nuove professionalità ed in particolare empowerment femminile (centralità dell'educazione STEM) ed i territori. Laboratori I.A., inoltre, risponde al bisogno crescente di **valori positivi in contrasto agli usi distorti dei social con fake news, cyberbullismo, sexting** veicolando tali messaggi attraverso il mondo scolastico tutto, culturale del teatro, sociale (in particolare nel Servizio Civile Universale, mondo sportivo come in quello assistenziale) e territoriale di tutto il paese raggiungendo il maggior numero di cittadini-consumatori.

3.5. Metodologie

Indicare con una X la metodologia dell'intervento proposto

A) Innovative rispetto:

☒ al contesto territoriale

☒ alla tipologia dell'intervento

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

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

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

Specificare le caratteristiche: Il progetto risulta innovativo rispetto al **contesto territoriale** in quanto lo stesso svolgerà le proprie attività su tutto il territorio nazionale ed anche su territori come piccoli comuni che in questi anni non hanno usufruito di iniziative sociali e culturali sul tema dell'I.A.. Rispetto alla **tipologia dell'intervento**, risulta innovativo perché verranno utilizzate le più moderne tecnologie nelle azioni formative-informative del gaming, oltre a prevedere attività multidisciplinari sul territorio che vedranno il coinvolgimento delle comunità territoriali – anche le piccole realtà – ed il target cittadini-consumatori attraverso le rappresentazioni teatrali, il concorso cortometraggio, i Lab Road Show, la progettazione del Servizio Civile capaci di allargare la platea dei destinatari che nel caso specifico potrebbe essere raggiunto con difficoltà. Rispetto alle **attività dell'Ente proponente o dei partner** il progetto è innovativo perché nella sua storia ultra trentennale il Movimento Difesa del Cittadino ha realizzato numerosi progetti sull'I.A. e sulla importanza della digitalizzazione ed uso corretto dei social e degli strumenti informatici per evitare truffe (*Tris-Recupero*; *Spid*; *Full Digital* tutti finanziati dal MiMIT), ma sarà la prima volta che attraverso il gioco online ad impatto positivo, le formazioni attraverso A.I.C.S. (Associazione Italiana di prevenzione al Cyberbullismo e al Sexting) nelle attività formative informative, la rete dei partner verranno veicolati messaggi consumeristi e di consapevolezza sul tema I.A. e uso social. Inoltre, i contesti territoriali prevedono il coinvolgimento di un partenariato eterogeneo altamente qualificato nella propria area di interesse ed i messaggi consumeristi e di sensibilizzazione sul tema I.A. e uso dei social saranno trasmessi orizzontalmente verso comunità e target aggiuntivi integrativi rappresentando una sfida stessa per il partenariato.

Inoltre, verrà realizzato un **progetto pilota e sperimentale** rivolto alle Università (già in corso collaborazioni) con un percorso educativo informativo qualificato dove, la docenza su tematiche che coinvolgono aspetti legali, sociologici, informativi ed antropocentrici, verrà affiancata l'esperienza immersiva del gioco online.

Infine, il progetto è **di innovazione sociale** in quanto propone un approccio integrato capace di: a) valorizzare la consapevolezza favorendo una migliore capacità di interrelazione e di utilizzo dell'I.A. e dei servizi connessi con l'utilizzo dei social; b) far conoscere e valorizzare i servizi del territorio; c) creare nuove relazioni e collaborazioni tra le persone, le associazioni e le strutture dedicate sul territorio; d) sperimentare un nuovo approccio formativo nelle scuole, con percorsi educativi integrati con un approccio in favore delle discipline STEM.

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>
Enti del terzo settore (Associazioni, Centri Anziani, CAF, Patronati, parrocchie, volontariato, etc....) (18-75 anni)	350	Coinvolgimento tramite collaborazione gratuita al progetto; mailing list dalla rete associativa; volontari e soci del partenariato; Invio comunicati stampa; Realizzazione Lab Contest Concorsi.
Operatori e volontari impegnati nelle diverse attività progettuali (18-65 anni) aspiranti volontari	7.050	Apertura di vacancy; lettera di incarico; registro volontari/associati dei partner (900); partecipazione in diverse attività: contest corto (350); contest teatro (300); contest servizio civile (3.500); Lab Roadshow (2.000).
Partecipanti convegno di presentazione e Convegno finale (18-70 anni) Partecipanti Conferenze stampa (18-70 anni)	920	Convegni presenza in sala (100); presenza da remoto tramite diretta online e n. visitatori online post incontro (500); Conferenza stampa nazionale (50); n. 9 conferenza stampa regionali (270)
Studenti scuole medie e di secondo grado (11-19 anni); Insegnanti della scuola (24-65 anni), dirigenti scolastici e personale di assistenza; Familiari studenti (15-65 anni)	17.600	Invio alla mailing list partner progettuali (12.000); Interventi nelle scuole n. 20 incontri formativi presso scuole medie (1.800); n. 20 incontri formativi presso le scuole superiori di secondo grado (1.800); n. 20 incontri docenti e famiglie (2.000);
Studenti universitari (19-27 anni) e docenti universitari (30-75 anni)	4.650	Formazione universitaria (250); apertura di vacancy; progettazione servizio civile universale (100); contest rappresentazione teatrale (400); contest corto (450) contest servizio civile (3.500).
Pubblico adulto partecipante agli incontri territoriali Road Show (18-65 anni)	2.000	Mailing list rete associativa; coinvolgimento stakeholder locali (P.A., Ass.ni, cittadinanza, etc..) Comuni, Associazioni sportive; enti del terzo settore; Manifestazioni di settore di rilievo locale, regionale o nazionale; Partner progettuali; Scuole; Oratori;
Partecipanti concorso cortometraggio (16-25 anni) organizzazione cortometraggio (18-70 anni)	1.500	Coinvolgimento tramite collaborazione gratuita al progetto; mailing list dalla rete associativa; volontari e soci del partenariato; Sponsorizzazione social; Realizzazione Lab Contest Concorsi
Partecipanti contest rappresentazione teatrale;	1.240	Lettere di incarico; Pubblico partecipante; Staff teatro; Comunità coinvolte;
Utenti televisivi	1.000.000	Share medio di oltre 50 emittenti locali su tutte le regioni
Utenti social network (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube ecc), videopillole, visitatori siti progettuali	300.000	Google Analytics della rete di partenariato;

Ragioni per le quali le attività progettuali previste dovrebbero migliorare la situazione

Attraverso attività multidisciplinari viene rafforzata la formazione-informazione e la sensibilizzazione della popolazione target scelta, della comunità scolastica, dei territori e cittadini-consumatori. Verrà favorita l'integrazione sociale rafforzando l'efficacia delle azioni progettuali, anche in termini di opportunità professionali

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).

trasmettendo – anche con l’esperienza del gaming ed il concorso cortometraggio ed il teatro itinerante – valori altamente formativi per il target studenti (16 anni 25 anni) e fortemente conoscitivi con opportunità di scambi di conoscenze generazionali per i restanti gruppi target (docenti, familiari, utenti consumatori).

Risultati concreti da un punto di vista quali-quantitativo Gli **outputs** che si intendono realizzare consistono in:

- N. 5 Video pillole informative; N. 4 stampe numero speciale rivista editoriale Diritti&Consumi su I.A.; N. 12 newsletter e n. 12 Comunicati stampa;
- Realizzazione Logo progettuale, Gadget e materiale informativo (brochure, leaflet, etc..) n. 200 Manifesti; n. 400 Locandine; n. 200 Banner e Flyer; n. 1 Conferenze Stampa nazionale e n. 9 Conferenze stampa locali;
- Campagna social: 1 Pagina Web Facebook e 8 Annunci Sponsorizzati; 1 Pagina Web TikTok e 8 Annunci Sponsorizzati; 1 Pagina Web LinkedIn e 4 Annunci Sponsorizzati; 1 Pagina Web X e 4 Annunci Sponsorizzati X; 1 Pagina Web Instagram e 8 Annunci Sponsorizzati; 3 Intro Video Spot YouTube;
- N. 6 trasmissioni televisive; Partecipazione n. 2 Manifestazioni nazionali su I.A. (tra cui Maker Faire);
- Realizzazione n. 20 incontri formativi nelle scuole secondarie di primo grado e n. 20 incontri formativi nelle scuole secondarie di secondo grado;
- Realizzazione n. 20 incontri formativi Docenti e genitori; Promozione e realizzazione Codice di condotta dell’uso dell’I.A. nella scuola da inserire nel Regolamento di Istituto;
- N. 5 Corsi di alta formazione universitaria;
- Lab Contest scrittura sceneggiatura I.A.; realizzazione n. 20 rappresentazioni teatrali in 20 regioni;
- Concorso cortometraggio e diffusione piattaforma on demand;
- Realizzazione n. 20 Lab Road Show con i cittadini ed i territori; n. 20 paper; 1 Memorandum strategico;
- N. 1 Ricerca “Linee guida e tutela dei consumatori negli usi distorti dell’I.A.”; N. 4 Guide tematiche; Azione di lobbying parlamentare nazionale ed europea;
- Contest sulla progettazione sociale inclusiva;
- Monitoraggio e Valutazione di impatto del progetto e Convegno finale.

Le attività progettuali prevedono il raggiungimento dei **outcomes**:

- Trasmissione di competenze e modelli etici che in una visione antropocentrica come prevede il A.I. Act siano volte alla alfabetizzazione e sviluppo di competenze per giovani, famiglie, educatori ed i cittadini target scelti.
- Trasmissione di buone pratiche di contrasto all’abuso delle I.A. (fake news, truffe online, sicurezza delle informazioni online) ed uso consapevole dei social media e delle nuove tecnologie, anche in relazione alle professionalità.
- Promozione e tutela dei diritti dei consumatori cittadini.
- Sensibilizzazione mediante laboratori, incontri, contest con il coinvolgimento anche delle comunità locali sul tema dell’utilizzo etico, consapevole ed integrato dell’I.A. nei diversi format mettendo sempre al centro l’uomo e non la macchina per creare nuove professionalità e competenze nel mondo del lavoro.

Possibili effetti moltiplicatori

LaboratorI.A. è pensato per essere replicato in altri contesti d'intervento vista la tipologia, il n. di attività e la metodologia di valutazione. **Le attività territoriali** prevedono il coinvolgimento delle comunità locali e degli stakeholders in senso ampio (dalle parrocchie alle biblioteche comunali, dai centri anziani ai Comuni, dalle aziende alle rappresentanze dei consumatori utenti, etc..), oltre al coinvolgimento trasversale di soggetti di tutte le età partecipanti al concorso cortometraggio come il progetto pilota laboratorio presso le Università selezionate ed il teatro itinerante; **l’attività educativa** nelle scuole favorisce una crescita della sensibilità in generale della popolazione e delle strutture territoriali per l’utilizzo di tecniche di trasmissione dei saperi innovative, immersive, replicabili e finalizzate anche alla costruzione di codici di condotta nelle scuole per quanto concerne l’I.A. e privacy. La **campagna di comunicazione** utilizzando le più moderne tecnologie social e non, prevenendo anche azione di lobbying sulle tematiche connesse all’I.A. potrà favorire la produzione di nuove normative di contrasto basandosi sulle pratiche messe in atto dal progetto.

5 – Attività *(Massimo quattro pagine)*

1.1 GOVERNANCE E PILOTAGGIO MDC, in qualità di Capofila, coordinerà tutte le attività di progetto e l'animazione del network all'interno di un Comitato di Pilotaggio al quale parteciperà un responsabile delegato per ogni partner. Il Comitato di Pilotaggio (CP) si occuperà di pianificare la corretta attuazione delle attività in riferimento al GANTT, al Business Plan e alle azioni dei singoli partner secondo un modello di governance multilivello che prevede un'architettura attuativa "On going" che fa riferimento ai processi di decisione partecipata e condivisa secondo livelli di competenza e di responsabilità dei partecipanti. Il CP si riunirà ogni tre mesi per 5 incontri durante i 18 mesi di progetto.

1.2 MONITORAGGIO E VALUTAZIONE Ad inizio progetto verrà, inoltre, composto un Comitato di Monitoraggio e Valutazione (CMV) che si occuperà di monitorare, valutare e validare l'impatto dei risultati attesi in chiave di disseminazione dei risultati, avanzamento del progetto rispetto al cronoprogramma e gli obiettivi aioni, spese, comunicazione eventualmente proponendo correttivi. Il CMV si riunirà ogni 5 mesi per 4 incontri complessivi. MDC coordinerà questa Azione.

1.3 RENDICONTAZIONE MDC curerà nei confronti dell'ente finanziatore la rendicontazione semestrale e finale avendo cura di raccogliere il materiale dai partner progettuali che si impegnano a trasmettere la documentazione utile, compresa la reportistica delle attività, 15 giorni prima le scadenze delle rendicontazioni.

Piano Comunicazione È stato definito un piano di comunicazione, promozione e di digital marketing articolato in modo da raggiungere tutti i segmenti dei beneficiari primari, secondari ed estesi quali stakeholders, investitori, operatori dei media e grande pubblico. MDC coordinerà il piano e verrà coadiuvato dai partner UNC, Federconsumatori e Adusbef, mentre alcune attività verranno realizzate dal fornitore Consumedia, come di seguito meglio specificato.

2.1 COMUNICAZIONE MDC coordinerà l'attività occupandosi della definizione del logo di progetto, grafica e layout; Raccolta dei contenuti grafici e testuali per la definizione di un Pitch di presentazione, del sito, delle pagine social e dei prodotti audio-video condivisi dalla cordata.

2.2 PROMOZIONE OFF-LINE Per dare maggiore pervasività ed efficacia alle azioni progettuali, si prevede di realizzare: n. 1 Convegno di Presentazione e n. 1 Convegno Finale; n. 4 Editoriali speciali sulla Rivista di Settore Diritti&Consumi dedicata ai Consumatori pubblicata a partire dal 4 mese di attività; n. 200 Manifesti; n. 400 Locandine; n. 200 Banner e Flyer; n. 10 Conferenze Stampa (n. 1 di rilievo nazionale e le ulteriori 9 di rilievo regionale). Verrà destinata a tutta la cordata dei partner progettuali una parte di budget per la stampa.

2.3 DIGITAL MARKETING Il piano di digital marketing sarà coordinato da MDC, con la partecipazione di UNC, Federconsumatori, Adusbef che comprende: n. 5 video pillole informative (Federconsumatori); n. 12 Newsletter e n. 12 Comunicati stampa (MDC) diffusi tramite mailing list di tutte le associazioni del partenariato; n. 5 Direct E-Mail Marketing su 800 scuole (AICS e Maker Camp); n. 5 Direct E-Mail Marketing su 500 Enti del Terzo Settore (CDA Calabria, ENDAS, Fondazione Barba Varley, Comitato delle Misericordie di Catania); 1 Portale web del percorso educativo (UNC); Campagna social (MDC) (8 Annunci Sponsorizzati Facebook; 8 Annunci Sponsorizzati TikTok; 4 Annunci Sponsorizzati sul Social LinkedIn; 4 Annunci Sponsorizzati su Social X; 8 Annunci Sponsorizzati su Social Instagram) con diffusione tramite i profili dei partner progettuali; 3 Intro video spot YouTube (MDC). Alcune di queste attività saranno affidate al fornitore Consumedia, Agenzia di stampa con ventennale esperienza nel mondo consumerista e dei diritti editando "Help Consumatori".

Informazione-Formazione Si prevede di strutturare un Board con le Associazioni AICS (Associazione Italiana sul Cyberbullismo e il Sexting, rappresenta una delle più prestigiose associazioni italiane con oltre 800 scuole medie e superiori ove rivolge formazione e gestisce Sportelli di ascolto), Maker Camp (Associazione che sviluppa esperienze di videogioco, unendo la passione ludica alla creazione di mappe per veicolare messaggi positivi e formativi), MDC, UNC, Adusbef, Federconsumatori e Federconsumatori Lazio che si occuperanno delle azioni di informazione, educazione e formazione attraverso il coinvolgimento di esperti settoriali e docenti qualificati. Lo stesso board definirà le metodologie educative attraverso moduli didattici sperimentali, innovativi e di tipo multidisciplinare che avranno come focus: 1) logiche e modelli di insegnamento umanistici, afferenti al pensiero creativo, affiancate al pensiero logico, computazionale al fine di sviluppare competenze trasversali e pensiero critico 2) L'azione immersiva del gaming sviluppando competenze digitali promuovendo il lavoro di squadra in un ambiente creativo e stimolante del video game attraverso mappature educative interattive focalizzate su I.A. ed istruzione, A.I. fake news e deep fake; A.I. e le

opportunità lavorative del futuro e A.I. e gender gap, pari opportunità, etc.; 3) alfabetizzazione su I.A. e usi e abusi dell'I.A. a favore o a danno dei consumatori utenti con risvolti anche in ambito privacy.

3.1 CORSI RIVOLTI AI DOCENTI, AL PERSONALE SCOLASTICO, ALLE FAMIGLIE E AGLI OPERATORI DEI SERVIZI SOCIALI L'azione riguarda la promozione di iniziative educative rivolte alle famiglie, ai docenti, al personale scolastico e agli operatori con n. 20 incontri su 20 regioni italiane, con il fine di sviluppare un uso etico, consapevole e critico dell'I.A. e delle nuove tecnologie. Tramite il gioco online realizzato da Maker Camp che coordinerà l'azione si intende promuovere la **comprensione dei rischi e delle potenzialità insiti nell'I.A.** (fake news, manipolazione digitale, cybersecurity ecc.) per, infine, far acquisire maggiori competenze e professionalità al personale scolastico e fornire **strumenti applicativi da poter utilizzare sia nella didattica che nella vita familiare di tutti i giorni**. L'azione riguarda la promozione di iniziative ed al termine della sessione formativa, verrà somministrato un **questionario di valutazione**.

3.2 CORSI SCUOLA MEDIA SULLA PRIMA ALFABETIZZAZIONE MEDIATICA, IMPATTI SOCIALI E PRINCIPALI ASPETTI ETICI E SOCIALI DELL'I.A. e FOCUS PREVENZIONE CYBERBULLISMO Quale intervento funzionale e d'impatto sul tema dell'alfabetizzazione digitale dei minori, il partner AICS realizzerà di concerto con Maker Camp n. 20 incontri presso le **scuole medie (età tra gli 11 ed i 14 anni)** localizzate in 20 regioni italiane e promuoverà l'insegnamento di un nuovo paradigma formativo con l'obiettivo di valorizzare insegnamenti e contenuti formativi di carattere digitale, sociologico, pedagogico, psicologico, normativo e comunicativo-relazionale. Il modulo formativo si concluderà con l'azione immersiva del gaming attraverso mappature educative interattive focalizzate su **I.A. ed istruzione ed I.A. e vita quotidiana** facendo sviluppare al target beneficiario competenze digitali e promuovendo il lavoro di squadra in un ambiente creativo e stimolante del video game. L'obiettivo è quello di implementare soluzioni di sensibilizzazione, educazione e formazione tese alla **prevenzione dei fenomeni di cyberbullismo**, oltre che di fornire elementi qualificanti sulla prima alfabetizzazione mediatica sugli impatti sociali dell'I.A. e sui principali aspetti etici e sociali in modo da sostenere un uso consapevole delle tecnologie da parte dei giovani ed un pensiero critico.

3.3 CORSI SCUOLA SUPERIORE SULLA PREVENZIONE CYBERBULLISMO E RISCHI DEL WEB E DELL'USO DISTORTO DELL'I.A. Quale ulteriore intervento funzionale e d'impatto sul tema dell'alfabetizzazione digitale dei minori, il Partner AICS realizzerà di concerto con Maker Camp n. 20 incontri presso le **scuole secondarie di secondo grado (età tra gli 14 ed i 19 anni)** localizzate in 20 regioni italiane, promuovendo moduli didattici su l'uso consapevole dei social media da parte dei giovani e con particolare attenzione ai principali aspetti legati alla sicurezza, alle fake news e alle responsabilità e al linguaggio. L'insegnamento composto da contenuti formativi di carattere digitale, sociologico, pedagogico, psicologico, normativo e comunicativo-relazionale verrà integrato con l'azione immersiva del gaming attraverso mappature educative interattive focalizzate su **I.A. fake news e deep fake, I.A. e lavoro del futuro e I.A. ed uguaglianza di genere** considerando che le ragazze sono più esposte alle nuove forme di violenza e molestia web come il phishing la pedopornografia, la sextortion, il sexting e il grooming. Il fine è quello di far sviluppare al target beneficiario competenze digitali, promuovere carriere in ambito "STEM" con particolare attenzione alla componente femminile, pensiero critico sugli abusi dell'I.A. promuovendo il lavoro di squadra in un ambiente creativo e stimolante del video game. A valle dell'esperienza del gaming, i formatori racconteranno casi studio ed esperienze che formino su l'uso corretto delle tecnologie e di internet.

3.4 CORSO SULLA PRIVACY RIVOLTO AI D.S. E PERSONALE SCOLASTICO PER REALIZZARE CODICE DI CONDOTTA Alle scuole inserite nel database di AICS e Maker Camp verrà trasmessa una formazione online sul tema "Privacy e I.A., sicurezza nei banchi di scuola" unitamente ad una proposta di **Codice di Condotta** sul tema. Verrà lasciata una finestra temporale aperta affinché sul documento proposto si possa dare avvio ad una fase di consultazione, integrazione, approfondimento da parte delle scuole. Al termine della consultazione le scuole approveranno il testo definitivo di Codice di Condotta che applicheranno all'interno del Regolamento d'Istituto e verrà inserito nella Policy Scolastica facendosi esse stesse promotrici del documento nei confronti degli USR e delle altre scuole per diventare best practice e fonte di regole condivise che armonizzino I.A. con la sicurezza, tutela della privacy e riservatezza nella scuola.

3.5 PERCORSO EDUCATIVO INFORMATIVO RIVOLTO AI GIOVANI STUDENTI UNIVERSITARI SOTTO 25 ANNI UNC, MDC, Adusbef e Federconsumatori di concerto con Maker Camp, attiveranno un progetto pilota con l'alleanza di 4/5 Università distribuite uniformemente sul territorio (Università di

Camerino, Università La Sapienza di Roma, Università IULM, Università di Padova, Università del Salento) ed una rete di docenti che cureranno l'attività di formazione rivolta agli studenti universitari, ed in particolare alle future lavoratrici che potranno acquisire skills extra curriculari spendibili nel mondo professionale. I percorsi educativi ed informativi verranno suddivisi in moduli con i quali verranno esplorati temi quali, a titolo esemplificativo: 1) gli aspetti legali della I.A., 2) le applicazioni dell'I.A. nei diversi settori, 3) le opportunità ed i rischi dell'I.A. 4) la scrittura creativa con l'ausilio dell'I.A. Diritto d'autore e limiti licenza I.A. 5) le nuove professioni dell'I.A. e focus sulle politiche di genere e accesso delle discipline STEM per le donne. Su quest'ultimo punto, al fine di attribuire ad una sezione del progetto un preciso obiettivo di contrasto a tutte le forme di violenza di genere, grazie alle operatrici di Befree e alla collaborazione con UDU (Unione degli Studenti Universitari), del Comune di Oriolo Romano si prevede di realizzare un evento di approfondimento presso uno degli Atenei coinvolti per illustrare gli aspetti più critici, pericolosi e problematici della violenza di genere online con specifico riguardo all'intelligenza artificiale. La formazione sarà aperta agli studenti dell'Università.

OPEN INNOVATION

4.1 LAB CONTEST SCENEGGIATURA E RAPPRESENTAZIONE TEATRALE La Fondazione Barba Varley, nota per diffondere e promuovere il magistero dell'Odin Teatret e fare dell'antropologia teatrale uno strumento creativo e di azione nei territori, curerà un **Concorso** promosso su tutte e 20 le regioni riservato a gruppi di studenti under 25, formati da 4 ragazzi/e e almeno un partner quali attori, compagnie teatrali, esperti del mondo dello spettacolo e altri soggetti co-attuatori, per presentare un testo di sceneggiatura e un reel avente come oggetto la realizzazione di uno **spettacolo teatrale dal vivo sul tema dell'uso consapevole dei social media**, con particolare attenzione alla sicurezza, fake news, responsabilità e linguaggio, in modo da sostenere un uso consapevole degli strumenti social da parte dei giovani. Una giuria esperta, valutata la proposta più originale, innovativa, inclusiva e coinvolgente, premierà 4 vincitori. Successivamente, la Fondazione Barba Varley definirà una regia sulla sceneggiatura vincitrice mettendo in scena uno spettacolo teatrale dal vivo coinvolgendo gli stessi ragazzi neo autori e, dopo un corso di formazione, sarà promosso su tutte le 20 Regioni, con la collaborazione del Piccolo Teatro Orazio Costa.

4.2 LAB CONTEST PRODUZIONE E DIFFUSIONE CORTOMETRAGGIO SUL'EMPOWERMENT FEMMINILE, LA VIOLENZA SULLE DONNE E LE PARI OPPORTUNITA' DI GENERE Il Partner CDA Calabria ODV (ente che gestisce Sportello di Ascolto Antiviolenza e di Genere e che si inserisce nell'opera di contrasto al fenomeno della violenza di genere), assieme a Federconsumatori, al Comitato Provinciale delle Misericordie di Catania (che promuove e valorizza, in ambito locale, il volontariato cristiano secondo l'ispirazione del Movimento delle Misericordie) e la Fondazione Barba Varley, in sinergia con le attività e i progetti promossi sulla parità di genere tra cui lo Sportello Ascolto Antiviolenza e di Genere, curerà un contest riservato agli operatori dei servizi sociali che gestiscono Centri Antiviolenza, Case Famiglia, Biblioteche, Ludoteche, Centri per Minori, i quali, in partnership con almeno uno dei seguenti soggetti sostenitori e co-attuatori: attori, registi, testimonial, agenzie audiovideo, reti televisive, piattaforme web e esperti di cinematografia, potranno presentare una sceneggiatura per la realizzazione di un **Cortometraggio sull'Empowerment femminile, la Violenza sulle donne e le pari opportunità di genere**. Una giuria, una volta valutata la proposta più originale, innovativa, inclusiva e coinvolgente, verrà definita la regia e la produzione del Corto che sarà promosso in tutti i principali concorsi italiani e diffuso sulla piattaforma On-Demand del grande cinema WeShort dedicata esclusivamente al cinema breve disponibile in tutto il mondo e su tutti i dispositivi web, mobile e SmartTV e nelle Community CinemaSerieTV.

4.3 LAB ROAD SHOW I.A. E TERZO SETTORE NEL COMPARTO SALUTE, SPORT E SERVIZI SOCIALI L'ENDAS (l'Ente di Promozione Sportiva che svolge, senza alcuno scopo di lucro, attività culturali, sociali, educative, assistenziali, sportive, turistiche, ricreative, attività per la tutela dell'ambiente e di protezione civile), coordinerà e promuoverà l'attività di approfondimento tematico, normativo, tecnico e scientifico in chiave di analisi, studio e ricerca sugli impatti dell'I.A. sulla riforma del terzo settore e sulle possibili soluzioni applicative dell'I.A. sui settori della salute, dello sport e dei servizi sociali, organizzando **n. 20 Lab Road Show tematici**. Agli eventi collaboreranno i territoriali delle Associazioni dei consumatori UNC, Federconsumatori, MDC e Adusbef. L'azione prevede una chiamata aperta per ricercatori ed esperti, docenti, rappresentanti istituzionali, operatori del terzo settore, reti, enti d'ambito sociale e professionisti del mondo digitale 4.0 a cui potranno fare seguito interventi mirati per la costruzione di progetti di ricerca, anche nell'ottica di valorizzare iniziative già esistenti. Il focus riguarderà l'analisi

dei rischi su uso distorto dell'I.A., ma anche delle opportunità positive, funzionali e strategiche capaci di implementare un welfare più accessibile e inclusivo. L'azione avrà un impatto nazionale poiché si realizzerà all'interno di un percorso itinerante che farà tappa su 20 città regionali con il coinvolgimento dei territori delle comunità e dei cittadini. Gli eventi potranno essere seguiti anche on line attraverso webinar dedicati. I **contributi raccolti** durante i Lab-Road Show saranno oggetto di analisi e sintesi nell'obiettivo di definire **20 Paper di indirizzo strategico** da parte di ENDAS. Alla fine degli incontri, verrà strutturato un **Memorandum di studio finale** quale strumento di disseminazione e mainstreaming.

4.4 LAB RICERCA CONSUMATORI ED EVENTI TERRITORIALI E I.A. RILEVAZIONE DEI RISCHI ED USO DISTORTO MDC con Adusbef coordineranno l'azione a cui collaboreranno Federconsumatori, UNC e Federconsumatori Lazio realizzando una **Ricerca** tesa a rilevare i "Rischi legati ad un uso distorto dell'I.A. a danno dei consumatori", indagando in particolare, il fenomeno delle truffe on line e della diffusione di Deepfake e Fake News. Si prevede la realizzazione di un documento unico condiviso dal tema "**Linee guida e tutela dei consumatori**"; **n. 4 Guide tematiche**: 1) Truffe online, 2) Deep fake e fake news nella comunicazione 3) I.A. opportunità e rischi nel mondo aziendale e lavorativo e le politiche di genere 4) Il futuro dei consumatori con l'I.A. Tra le attività che le associazioni realizzeranno vi è anche **l'attività di lobbying parlamentare** definendo una proposta legislativa sulla Regolamentazione di opportune politiche di tutela sui fenomeni fraudolenti sull'uso distorto dell'I.A. a danno dei cittadini consumatori.

4.5 LAB CONTEST PROGETTAZIONE SOCIALE INCLUSIVA Il Comitato Provinciale delle Misericordie e Ultreya Pedara (Ente di riferimento per percorsi multisettoriali, tra cui servizi ed iniziative che interessano la cultura, l'inserimento sociale, il lavoro e l'imprenditorialità, con particolare riguardo alle prospettive di crescita offerte dal mondo della formazione), in sinergia con i partner AICS, Maker Camp, MDC e i Collaboratori Centro Studi Etneo per l'Orientamento e la Formazione A.p.s. e Rete Servizio Civile Nazionale promuoveranno un Contest a livello nazionale rivolto ai volontari degli enti del terzo settore e ai volontari e aspiranti volontari del Servizio Civile Universale con l'obiettivo di raccogliere proposte progettuali in grado di valorizzare l'uso applicativo dell'I.A. in ambito della progettazione sociale al fine di strutturare futuri progetti sul bando di servizio civile universale dai tratti innovativi, funzionali, inclusivi e strategici sulla promozione e la diffusione della cultura e della pratica del volontariato, di interventi e servizi sociali; di gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale. Focus di progetto riguarderanno 8 tematiche prioritarie quali: digitalizzazione; transizione ambientale; inclusione sociale; sviluppo locale; turismo; agricoltura; servizi al cittadino; salute e benessere. Per ogni Focus saranno selezionati 8 Idee di Progetto in ambito regionale, e, in una fase successiva, saranno promossi corsi di formazione sul Project Management rivolti ai vincitori. Il Corso fornirà gli strumenti ed uno schema metodologico per affrontare i problemi di impostazione, organizzazione e controllo di un progetto acquisendo strumenti per il corretto approccio per la gestione di progetti nei diversi contesti.

5.1 DISSEMINAZIONE Una volta realizzate le attività progettuali tese allo sviluppo di competenze e attitudini trasversali, multidisciplinari e integrate ai sistemi più innovativi di trasmissione formazione (es. video game), gli attori del progetto si impegneranno a diffondere e a disseminare le best practices, quali modelli formativi ad alto contenuto interdisciplinare e validità scientifica e pedagogica in ottica di scalabilità e di capacità generativa dei contenuti. La diffusione dei risultati riguarderà: paper best practices; Memorandum sulle opportunità e gli aspetti applicativi della riforma sul terzo settore e dell'I.A. negli ambiti della salute, dello sport e dei servizi sociali; Linee Guida a tutela dei consumatori; proposta legislativa di tutela dei fenomeni fraudolenti a danno dei cittadini e dei consumatori; ricerca sui rischi dell'I.A.; Codice di Condotta adottato dagli istituti.

5.2 MAINSTREAMING MDC realizzerà 6 trasmissioni televisive di durata varia (dai 3 ai 7 minuti) per informare sulle opportunità ed i rischi dell'I.A. che verranno veicolate attraverso una rete di oltre 50 emittenti televisive regionali. Inoltre, MDC si occuperà della partecipazione in n. 2 Manifestazioni Nazionali sul tema I.A. (Maker Faire a Roma e A.I. Week a Milano). Una volta conclusa l'iniziativa, in ottica di continuità, si prevede di trasferire le best practices raccolte e di sviluppare upgrade di progetto all'interno di Bandi Europei come ad es. EIT Deep Tech Talent 2025, che finanzia programmi di formazione deep tech sulla digitalizzazione, il miglioramento dell'accessibilità, l'aumento di scala, etc. Inoltre, Tutti i percorsi didattici – da considerarsi a sostegno di ciò che avverrà a livello ordinamentale – formeranno un corpus a disposizione di tutte le scuole e saranno trasferiti al MIUR.

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

Attività	Mesi (colorare le celle interessate)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.1 GOVERNANCE E PILOTAGGIO																		
1.2 MONITORAGGIO E VALUTAZIONE																		
1.3 RENDICONTAZIONE																		
2.1 COMUNICAZIONE																		
2.2 PROMOZIONE OFF-LINE																		
2.3 DIGITAL MARKETING																		
3.1 CORSI DOCENTI, FAMIGLIE, etc..																		
3.2 CORSI SCUOLE MEDIE																		
3.3 CORSI SCUOLE SUPERIORI																		
3.4 CORSO PRIVACY E CODICE DI CONDOTTA																		
3.5 PERCORSO RIVOLTO AI GIOVANI STUDENTI UNIVERSITARI UNDER 25																		
4.1 LAB SCENEGGIATURA RAPPRESENTAZIONE TEATRALE																		
4.2 LAB CORTOMETRAGGIO SU EMPOWERMENT FEMMINILE, VIOLENZA SULLE DONNE E PARI OPPORTUNITA'																		
4.3 LAB ROAD SHOW TEMATICI																		
4.4 LAB RICERCA APPLICATA SULLA RILEVAZIONE DEI RISCHI LEGATI AD UN USO DISTORTO DELL'I.A. A DANNO DEI CONSUMATORI																		
4.5 LAB PROGETTAZIONE SOCIALE INCLUSIVA																		
5.1 DISSEMINAZIONE																		
5.2 MAINSTREAMING																		

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	1	A, B, D	MDC	A, Quadro	Dipendente a tempo indeterminato	A € 7.500,00 B € 9.000,00 D € 5.000,00
2	1	A, C, D	MDC	A, Quadro	Dipendente a tempo indeterminato	A € 8.000,00 C € 8.000,00 D € 5.000,00
3	2	A, C, D	MDC	A	Collaboratore esterno	A € 15.000,00 C € 12.000,00 D € 9.000,00
4	2	B, D	MDC	4° livello	Dipendente a tempo determinato	B € 15.000,00 D € 12.000,00
5	10	B, D	MDC	A, B	Consulenti	B € 10.000,00 D € 11.000,00
6	10	B, D	MDC	B, C	Collaboratori esterni	B € 10.000,00 D € 8.000,00
7	3	B	Federconsumatori	A	Dipendente a tempo indeterminato	€ 10.000,00
8	2	C	Federconsumatori	B	Dipendente a tempo indeterminato	€ 19.000,00
9	2	D	Federconsumatori	A	Dipendente a tempo	€ 15.000,00

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

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

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

					indeterminato	
10	1	D	Federconsumatori	B	Dipendente a tempo indeterminato	€ 5.000,00
11	1	B	Federconsumatori Lazio	A	Dipendente a tempo indeterminato	€ 4.500,00
12	1	C	Federconsumatori Lazio	A	Dipendente a tempo determinato	€ 1.400,00
13	1	D	Federconsumatori Lazio	A	Consulente esterno	€ 1.200,00
14	1	D	Federconsumatori Lazio	A	Dipendente a tempo determinato	€ 2.000,00
15	1	C	Adusbef	A	Dipendente tempo indeterminato	€ 9.000,00
16	2	B	Adusbef	B	Dipendente tempo indeterminato	€ 8.800,00
17	2	D	Adusbef	B	Dipendente tempo indeterminato	€ 35.000,00
18	8	D	Adusbef	A	Prest. Prof.	€ 10.000,0
19	1	C	CDA Calabria	C	Collaboratore co.co.co	€ 4.915,00
20	3	D	CDA Calabria	A	Consulente esterno	€ 10.000,00
21	1	B	CDA Calabria	A	Consulente esterno	€ 2.000,00
22	2	C	Fondazione Barba Varley	B	Consulente	€ 9.839,00
23	10	D	Fondazione Barba Varley	A, B, C	Collaboratori Attori, Registri,	€ 46.312,00

					scenotecnici, fonici	
24	2	B	Fondazione Barba Varley	A, B	Consulente esterno	€ 6.000,00
25	2	B	Unione Nazionale Consumatori	A	Collaboratore esterno	€ 10.000,00
26	2	C	Unione Nazionale Consumatori	A	Collaboratore esterno	€ 10.800,00
27	6	D	Unione Nazionale Consumatori	A	Collaboratore esterno	€ 17.870,00
28	1	D	Unione Nazionale Consumatori	A	Dipendente a tempo indeterminato	€ 33.000,00
29	1	D	Unione Nazionale Consumatori	A	Dipendente a tempo indeterminato	€ 10.000,00
30	3	C	Maker Camp	A	Collaboratore esterno	€ 6.000,00
31	4	D	Maker Camp	A	Collaboratore esterno	€ 46.000,00
32	2	B	Comitato Provinciale Misericordie di Catania	B	Collaboratore esterno	€ 2.000,00
33	2	C	Comitato Provinciale Misericordie di Catania	B	Collaboratore co.co.co	€ 3.443,65
34	4	D	Comitato Provinciale Misericordie di Catania	A	Collaboratore esterno	€ 9.000,00
35	2	B	Ultreya Pedara	B	Collaboratore esterno	€ 2.000,00
36	2	C	Ultreya Pedara	B	Collaboratore co.co.co	€ 3.443,65
37	4	D	Ultreya Pedara	A	Collaboratore esterno	€ 9.000,00
38	1	B	A.I.C.S.	A	Collaboratore Esterno	€ 3.500,00
39	2	C	A.I.C.S.	C	Collaboratore	€ 9.839,00

					esterno	
40	10	D	A.I.C.S.	A	Collaboratore esterno	€ 58.000,00
41	4	D	A.I.C.S.	B	Collaboratore esterno	€ 12.000,00
42	2	B	ENDAS Abruzzo	B	Dipendente a tempo determinato	€ 13.000,00
43	1	C	ENDAS Abruzzo	A	Dipendente	€ 6.395,35
44	3	D	ENDAS Abruzzo	B	Dipendente	€ 17.000,00
45	4	D	ENDAS Abruzzo	A	Consulente esterno	€ 20.500,00

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	9	B, D	MDC	€ 2.000,00
2	5	B, D	CDA Calabria	€ 8.000,00
3	10	B, D	Ultreya Pedara	€ 2.500,00
4	12	B, D	Comitato Provinciale delle Misericordie di Catania	€ 2.500,00
5	2	D	A.I.C.S.	€ 1.200,00
6	2	B	Endas Abruzzo	€ 1.500,00

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.

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".

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1	I.C. Salvatore Casella di Pedara (CT)	D, verrà svolta in collaborazione l'attività 3.1 e 3.2 formazione informazione rivolta ai docenti, famiglie ed alunni
2	Università degli Studi di Camerino	D, verrà svolta in collaborazione l'attività 3.5 formazione informazione rivolta agli studenti universitari
3	BeFree Società Cooperativa Sociale	D, verrà svolta in collaborazione l'attività 3.5 formazione informazione rivolta agli studenti, con la collaborazione si effettuerà un focus sulla violenza di genere e le misure di empowerment femminile
4	Centro Studi Etneo per l'orientamento e la Formazione A.p.s.	D, verrà svolta in collaborazione l'attività 4.5 di supporto alla progettazione sociale inclusiva
5	Piccolo Teatro Orazio Costa	B, D verrà svolta in collaborazione l'attività 4.1 in particolare supporterà le rappresentazioni teatrali itineranti sul territorio
6	Rete Assist Ets	D verrà svolta in collaborazione l'attività 3.5 dando diffusione del percorso formativo universitario ai soggetti interessati appartenenti alla rete di contatto dell'ente.
7	Aisfor S.r.l.	D, B verrà svolta in collaborazione l'attività 3.5 dando diffusione del percorso formativo universitario alle reti presenti sul territorio interessato
8	Infoclodio S.r.l.	D, B verrà svolta in collaborazione l'attività 2.3 e 4.4 dando diffusione delle attività realizzate nel progetto attraverso la rete di contatti dell'Ente ed attraverso la mailing list
9	Comune di Oriolo Romano (VT)	B, D verrà svolta in collaborazione l'attività 4.4 diffondendo i materiali realizzati sul territorio e l'attività 2.2 ospitando una conferenza regionale e coinvolgerà un centro antiviolenza locale sull'attività 3.5
10	Comune Bastia Umbra (PG)	B verrà svolta in collaborazione l'attività 4.4 diffondendo i materiali realizzati sul territorio e l'attività 2.2 ospitando una conferenza regionale
11	Liceo Archimede di Messina	D, verrà svolta in collaborazione l'attività 3.1 e 3.2 formazione informazione rivolta ai docenti, famiglie ed alunni
12	Consumers' Forum	B, D verrà svolta in collaborazione l'attività 4.4 diffondendo i materiali realizzati ai propri soci e coinvolgimento negli eventi pubblici e nelle conferenze

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 3/2024.

Affidamento all'Università di Milano IULM: sarà affidata la realizzazione dei moduli/webinar del percorso educativo dedicato agli studenti universitari e giovani 18/25 anni, i moduli saranno realizzati con docenti IULM e AI IULM LAB, esperti sul tema delle IA. IULM e AI LAB IULM lavorano sul tema dell'AI attraverso un laboratorio di Intelligenza Artificiale con l'obiettivo di generare valore per il sistema aziendale e per il Paese, producendo cultura e idee attraverso un modello di diffusione aperta dell'innovazione legata al potenziale offerto dall'AI applicata al business.

Affidamento a MIR Academy: che fornirà la piattaforma digitale per la gestione sincrona e asincrona dei moduli realizzati in collaborazione con IULM e dedicati agli studenti universitari e giovani 18-25 anni. La piattaforma oltre a consentire l'accesso ai moduli prevedrà la possibilità di scaricare i materiali di supporto, di gestire le prove di verifica ecc.

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
Educazione e formazione su uso etico, consapevole e critico dell'I.A. e delle nuove tecnologie. Comprensione dei rischi e delle potenzialità dell'I.A. Formazione sulla privacy e l'I.A. da inserire nel regolamento d'Istituto.	3.1 Corsi rivolti ai docenti, al personale scolastico. Alle famiglie e agli operatori dei servizi sociali. 3.4 Corso sulla privacy rivolto ai Dirigenti Scolastici e Personale scolastico per la realizzazione codice di condotta	Materiale didattico; Elenco firme partecipanti al n. 20 corsi; Foto report; Link gaming online; Questionari; Codice di Condotta.
Prima alfabetizzazione digitale. Implementazione di sensibilizzazione, educazione e formazione tese alla prevenzione dei fenomeni di cyberbullismo. Uso etico e consapevole delle tecnologie da parte dei giovani.	3.2 Corsi scuola media sulla prima alfabetizzazione mediatica, impatti sociali dell'I.A. e focus prevenzione cyberbullismo	Materiale didattici; Link gaming online; Elenco partecipanti a n. 20 corsi; Foto Report; Questionari.
Prima alfabetizzazione digitale. Implementazione di sensibilizzazione, educazione e formazione tese alla prevenzione dei fenomeni di cyberbullismo, soprattutto per il genere femminile. Uso etico e consapevole delle tecnologie da parte dei giovani. Contrasto alla dispersione scolastica. Promozione carriere in ambito "STEM" con particolare attenzione alla componente femminile.	3.3 Corsi scuola superiore sulla prevenzione cyberbullismo e rischi del web e dell'uso distorto dell'I.A.	Materiale didattici; Link gaming online; Elenco partecipanti a n. 20 corsi; Foto Report; Questionari.
Formazione universitaria che permetta l'acquisizione di skills extra curriculari tra i giovani che si affacciano al mondo del lavoro. Promozione l'empowerment femminile.	3.5 Percorso educativo e informativo rivolto ai giovani studenti universitari 18-25 anni	Materiale didattico; Link gaming online; Elenco firme partecipanti a n. 5 corsi; Foto Report; Questionari
Attraverso l'attività culturale come le rappresentazioni teatrali favorire uso etico e consapevole dell'I.A. per tutti e per tutte le età.	4.1 Lab Contest sceneggiatura e rappresentazione teatrale	Concorso; Sceneggiatura; n. 20 repliche sui territori locandine; Foto Report.
Sensibilizzare gli operatori dei servizi sociali attraverso il cortometraggio su empowerment femminile, violenza sulle donne e pari opportunità di genere.	4.2 Lab Contest produzione e diffusione cortometraggio su Empowerment femminile. Violenza sulle donne e pari opportunità di genere	Concorso; Elenco volontari; Realizzazione cortometraggio; Diffusione in rete dati Analytics.
Analizzare i rischi su uso distorto dell'I.A., ma anche	4.3 Lab Road Show I.A. e terzo settore nel comparto	n. 20 Lab Road Show; 20 paper; 1

le opportunità positive, funzionali e strategiche capaci di implementare un welfare più accessibile e inclusivo negli enti del terzo settore negli ambiti della salute, dello sport e dei servizi sociali.	salute, sport e servizi sociali	memorandum; elenco firme partecipanti; Foto Report; locandine
Promozione dei diritti dei consumatori e degli utenti nell'ambito I.A. e fake news, deep fake e truffe online. Favorire un uso etico dell'I.A. e delle nuove tecnologie.	4.4 Lab Ricerca Consumatori ed eventi territoriali e I.A. rilevazione dei rischi ed uso distorto	Portale web; n. 4 guide tematiche; n. 1 Ricerca; Linee guida e tutela dei consumatori; Lobbying parlamentare.
L'obiettivo è di raccogliere proposte progettuali in grado di valorizzare l'uso applicativo dell'I.A. in ambito della progettazione sociale al fine di strutturare futuri progetti sul bando di servizio civile universale dai tratti innovativi, funzionali, inclusivi e strategici sulla promozione e la diffusione della cultura e della pratica del volontariato, di interventi e servizi sociali; di gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale.	4.5 Lab Contest Progettazione sociale inclusiva	Contest nazionale; elenco volontari degli enti del terzo settore e volontari/aspiranti volontari del Servizio Civile Universale; 8 ambiti di partecipazione; Corso Project Management; Elenco firme;

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
<i>Realizzazione logo e materiale informativo Gadget e materiale informativo (manifesti, locandine, flyer, brochure, Roll-up etc...)</i>	Siti web degli enti proponenti, comunicazione alle sedi MDC e dei partner nonché alla rete di collaboratori ai quali verrà inviato i materiali prodotti; Utilizzo durante i Convegno e Conferenze stampa e tutte le iniziative di disseminazione.	Rafforzamento dell'identità del progetto immediata riconoscibilità. Comunicazione dei contenuti progettuali.	
<i>Campagna di comunicazione, informazione e sensibilizzazione</i>	Editoriali Diritti & Consumi n. 4 Newsletter n. 12 e Comunicati stampa n. 12 Video pillole informative n. 5 Conferenze stampa (1 nazionale e 9 regionali)	Maggiore consapevolezza da parte della popolazione sul tema dell'I.A. e le fake news e deep fake e truffe online, ma anche promozione di un uso etico e consapevole	Spedizioni Invii digitali, articoli mass media Realizzazione e visualizzazioni Elenco firme partecipanti

	Convegno iniziale e finale Direct e-mail marketing	Si stima il raggiungimento di almeno 3.750.000 di cittadini	e foto report Report invii
<i>Campagna social da parte del partenariato</i>	Pagina Web sul Social Facebook; Pagina Web sul Social TikTok; Pagina Web sul Social LinkedIn; Pagina Web sul Social X; Pagina Web sul Social Instagram; Intro Video Spot YouTube.	Si stima il raggiungimento di almeno 300.000 utenti .	Google Analytics
<i>Trasmissioni TV</i>	Network di emittenti radio televisive nazionali, regionali e locali, siti web di informazione	Si stima il raggiungimento di almeno 1.000.000 utenti.	Link alle trasmissioni e share medio delle emittenti
<i>Diffusione online Cortometraggio</i>	Piattaforme Ondemand we short dedicata al cinema breve con diffusione mondiale. Diffusione su diupositivi web, mobile e smart TV nelle Community Cinema Serie e TV.	Si stima il raggiungimento di almeno 3.000.000 utenti.	Share medio delle piattaforme.



ANTONIO
LONGO
25.03.2025
11:17:02
GMT+01:00