



**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

PON Città Metropolitane 2014-2020

BANDO PUBBLICO PER L'ASSEGNAZIONE DI SOVVENZIONI A FAVORE DI SOGGETTI DEL TERZO SETTORE PER LO SVILUPPO DI PROGETTI DI CULTURA TECNICA E INNOVAZIONE SOCIALE: IMMAGINAZIONE CIVICA NEI QUARTIERI

Allegato n. 6  
Scheda progetto

Asse 3

Azione 3.3.1

Progetto BO3.3.1c "ACCELERAZIONE CIVICA E COLLABORAZIONE CIVICA TRA P.A., SCUOLA E IMPRESE"

CUP F39G1600035000

IMMAGINAZIONE CIVICA E LA SFIDA ALLE POVERTÀ EDUCATIVE



**Bologna**

1



**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

## *Informazioni generali*

Denominazione **Ciofs Fp Emilia Romagna**

Forma giuridica Associazione Riconosciuta

Codice fiscale: 92028510375

Partita IVA 04190240376

Sede: Comune Bologna (BO)

Via Jacopo della Quercia n. 4 CAP 40128,

soggetto capofila della costituenda ATI/ATS

### 1. DESCRIZIONE PROGETTO

#### *1.1. Titolo (200 battute)*

Freewear Academy: design, moda e culture urbane

#### *1.2 Indicazione del quartiere o area metropolitana in cui svolgere l'intervento, e target group (max 1000 battute)*

Il progetto si svolgerà nell'area bersaglio Bolognina, storico rione popolare del Quartiere Navile rivolto verso la periferia nord di Bologna: solo in Bolognina vive il 9.8% della popolazione giovanile (0-18) della città di cui il 39% è di origine straniera o di seconda generazione. La zona della Bolognina è caratterizzata da una crescente vitalità urbana, culturale, creativa e commerciale e da un tessuto associativo ampio ed eterogeneo che collabora con Scuole e Servizi Educativi del territorio nella definizione di progetti di inclusione innovativi ed efficaci.

Il target group del progetto è rappresentato da ragazzi e ragazze tra i 12 ei 19 anni, che vivono in questa parte della città e che sono maggiormente a rischio esclusione sociale e/o dispersione scolastica per condizioni di svantaggio socio-economico. Il progetto si rivolge, inoltre, a tutta la cittadinanza del Quartiere attraverso una serie di appuntamenti culturali diffusi in spazi pubblici e accessibili.

#### *1.3 Descrizione degli obiettivi (max 500 battute)*

Freewear vuole valorizzare il potenziale della moda giovanile - tra i principali canali di espressione delle nuove generazioni - per costruire un percorso inclusivo di formazione tecnica, imprenditoriale e culturale che sia professionalizzante e rivendicabile. Vuole trasmettere conoscenze e competenze specifiche (tecniche e relazionali); sperimentare un modello territoriale di orientamento alla formazione, al lavoro e all'impresa; valorizzare culture, gusti ed estetiche nuove e differenti.



**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

#### *1.4 Descrizione dell'idea progettuale e innovatività dei servizi in una logica di intervento incentrata su welfare di comunità e sul servizio di prossimità previsto (max 3000 battute)*

Freewear parte dalla scommessa che la moda non sia soltanto un oggetto di consumo ma una grande opportunità di empowerment e di sviluppo professionale per le nuove generazioni: mettere al centro del progetto una delle principali modalità (spesso oggetto di stigmatizzazione) utilizzate da ragazzi/e per comunicare e sperimentare la propria identità, permette di valorizzarne passioni, gusti e aspirazioni e costruire un percorso formativo desiderabile, rivendicabile e innovativo.

Freewear si propone come academy territoriale in design e imprenditoria della moda street della durata di 2 anni: una scuola diffusa nel territorio strutturata in 4 semestri di laboratori professionalizzanti e orientati alla imprenditorialità, workshop intensivi, visite aziendali, incontri con professioniste/i del settore ed eventi pubblici (600H formazione e 600H tutoraggio). Freewear vuole lanciare una vera e propria linea di streetwear della Bolognina interamente progettata e realizzata da ragazze/i del territorio, con un'attitudine contemporanea, crossculturale e gender neutral.

Il piano formativo sarà strutturato in modo che ogni semestre rappresenti sia un piano coerente e completo di attività sia una fase nel percorso di creazione della linea.

I semestre: capacity building; moda urbana inclusiva e valorizzazione delle differenze; ricerca creativa (illustrazione, stampa, tessuti); grafica digitale e serigrafia, vision e concept della linea

II semestre: fashion design; comunicazione & branding; campagna di crowdfunding per la produzione della prima linea; grafica e animazione digitale; videomaking;

III semestre: fashion design; modello di business e sostenibilità, stampa edizione limitata ed evento di lancio,

IV semestre: marketing & canali di vendita, e-commerce; strategie di replicabilità; professioni della filiera della moda, orientamento

Elementi trasversali: orientamento alla formazione, al lavoro e allo sviluppo imprenditoriale; competenze trasversali (team work, leadership, pensiero creativo e innovativo); sperimentazione di un sistema di valutazione e certificazione delle competenze; forte presenza territoriale attraverso l'organizzazione di eventi in spazi pubblici.

Ogni laboratorio sarà tenuto da un esperto affiancato da un tutor di riferimento per i partecipanti: tutte le attività avranno una didattica laboratoriale, basata sul lavoro di gruppo, la ricerca creativa e la sperimentazione attiva dei contenuti. Freewear coinvolgerà professionisti riconosciuti del settore



**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

moda (stylist, modellisti, designer), individuati direttamente con i partecipanti, con il supporto della rete di contatti già in essere (imprese streetwear, artigiani della moda, archivi).

I potenziali beneficiari saranno individuati in accordo con le Scuole e con il SEST Navile, attivando per ognuno un patto formativo tra rete associativa, scuola e famiglia con segnalati obiettivi individuali e agenda degli incontri. Potranno essere attivati percorsi di alternanza scuola/lavoro.

### ***1.5 Descrizione del modello di governance , idoneità ed esperienza delle professionalità impiegate (max 1000 battute)***

Gruppo di gestione: amministrazione, formazione, orientamento, certificazione competenze, relazioni istituzionali e di rete, innovazione sociale e culturale, imprenditorialità.

CIOFS: ente di formazione con consolidata esperienza nella gestione di progetti con finanziamenti europei (FSE/Erasmus). Referenti: L. Lambertini (Project Leader) + E. Sarti (Resp. amministrativa) + professionalità educative e gestionali residenti nella struttura (vedi organigramma).

MAP/baumhaus, aps che lavora dal 2010 in Bolognina. Progetta percorsi di formazione culturale con professionisti e artisti del territorio e scuole. Organizza eventi territoriali inclusivi come BAUM Festival. L. Padova si occupa di sviluppo e progettazione formativa.

Kilowatt, startup innovativa, gestisce 3 programmi di incubazione di impresa a impatto sociale + mentoring per il Giardino delle Imprese e Icaro, progetti di Fondazione Golinelli. A. Romani si occupa di educazione all'intraprendenza.

### ***1.6 Descrizione e motivazione del patneriato individuato (max 1000 battute)***

Il partenariato è ampio e integrato (ets, scuole, enti di formazione e imprese innovative) per innovare la formazione professionale partendo dalla vocazione di un territorio e dei suoi abitanti più giovani.

Oltre ai soggetti del gruppo di gestione e ai professionisti dell'ambito fashion le realtà coinvolte sono:

ETS:

Checkpoint Charly, lab condiviso in Bolognina (illustratori, fumettisti, stampatori, fotografi)

School Raising, prima piattaforma di crowdfunding per le scuole

Social Lab, social media agency per l'uso consapevole dei media

Cantieri Meticci, gestisce il MET - Meticceria Extrartistica Trasversale.

Archilabò, apprendimento, nuove tecnologie, innovazione sociale



**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

#### IMPRESE

Social Factor, Digital Agency in Bolognina

Undervilla Prod, hub creativo per la comunicazione visuale (promo, videoclip, docs)

La Scuola Open Source, Istituto didattico, centro di ricerca e consulenza artistica/tecnologica per l'Industria, il Commercio e l'Artigianato

#### SCUOLE

Aldrovandi-Rubbiani, Indirizzo Moda

ITC Rosa Luxemburg

IC15, Sec. 1° Grado "Zappa"

#### BIBLIOTECHE

Casa di Khaoula

#### *1.7 Descrizione sintetica della sostenibilità economica e finanziaria dell'idea progettuale (max 1000 battute)*

La sostenibilità del progetto si sviluppa su 3 livelli:

- "generativo": il percorso di formazione vuole fornire ai partecipanti gli strumenti per comprendere il funzionamento di un'impresa e collettivamente individuare il modello di sostenibilità più adatto. Questo livello è generativo nel senso che è un framework di ragionamento che i partecipanti acquisiranno e che potranno utilizzare anche una volta terminato il progetto.
- "in itinere": la campagna crowdfunding di metà percorso vuole finanziare la prima linea non con fondi provenienti dal finanziamento del bando ma coinvolgendo la comunità.
- "di prospettiva": il progetto di 2 anni servirà a creare un prototipo di linea e individuare possibili canali di vendita. La valutazione degli impatti del progetto verificherà la possibilità di creare uno spin-off di impresa sociale autonomo alla fine del percorso.

Il progetto si svilupperà in sinergia con altre opportunità del territorio (SAS, leggi regionali) attivando azioni mirate di fundraising.



**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

### 1.8 Descrizione delle strategie di comunicazione, promozione e valorizzazione dell'iniziativa (*max 2000 battute*)

La fase di progettazione avrà un focus specifico sulla definizione del piano di promozione di Freewear, per costruire un'immagine coordinata e una comunicazione uniforme (logo, contenuti, grafiche e illustrazioni per siti web, social e flyer) tra i diversi partner, valorizzando le competenze presenti nella rete (art director, ufficio stampa, grafici, social media manager).

La rete progettuale è composta da realtà riconosciute a livello nazionale per la loro expertise e innovatività nel campo della comunicazione: Undervilla (visual communications), Social Factor (web marketing e digital pr), Social Lab (social media strategy), Scuola Open Source (design della comunicazione). Il loro ruolo di esperti in laboratori caratterizzati da una didattica per project work farà in modo che i/le partecipanti siano direttamente impegnati nella definizione della strategia comunicativa e nella produzione dei contenuti per i canali individuati.

Verrà creato un account Instagram multilingua dedicato al progetto, con il duplice obiettivo di rendere Freewear conosciuto oltre la dimensione locale e di archivio fotografico dell'academy.

La diffusione territoriale del progetto sarà altrettanto importante per intercettare pubblici differenti: produzione e affissione di materiale informativo cartaceo presso gli spazi pubblici di aggregazione della città; organizzazione di eventi culturali, di approfondimento e di esplorazione intergenerazionale valorizzando il potenziale di community organizing di BAUM Festival e la programmazione culturale di Map presso il Parco del DLF e in quartiere.

La campagna di crowdfunding avrà un forte potenziale di coinvolgimento cittadino, attraverso iniziative diffuse nei principali luoghi di aggregazione (centri culturali e civici, esercizi commerciali, scuole) della Bolognina. La campagna di crowdfunding si terrà sulla piattaforma School Raising, primo portale italiano dedicato al supporto collettivo di progetti scolastici e formativi.

### 1.9 Descrizione degli spazi e strumenti utilizzati per l'espletamento del servizio, localizzazione dell'intervento (*max 1000 battute*)

Le attività formative di Freewear Academy si svolgeranno prevalentemente presso gli spazi laboratoriali del Ciofs in via Jacopo della Quercia (dotata di un laboratorio informatico con 20 postazioni PC, di tre aule per corsi da 20 posti ciascuna e attrezzato per la stampa serigrafica) e la sede di Map in via Serlio 25/2 (spazio modulare e personalizzabile di 220 mq). Verranno inoltre valorizzate le sedi di Checkpoint Charly e Cantieri Meticci, già attrezzati con gli strumenti necessari per alcuni laboratori (sartoria, stamperia). Alcune attività saranno organizzate presso le sedi di aziende o botteghe del territorio e negli spazi delle Scuole coinvolte. La Biblioteca Casa di Khaoula rivestirà un ruolo strategico essendo un punto di riferimento culturale nel territorio e potendo



**UNIONE EUROPEA**

Fondi Strutturali e di Investimento Europei

contare anche su più spazi laboratoriali. L'organizzazione di eventi culturali e di promozione del progetto si volgerà in particolare presso il Parco del DLF, Piazza dell'Unità e via Serra/Mercato Albani.

#### 1.10 Descrizione della capacità del progetto di attivare processi partecipativi di tipo bottom up e di valorizzare il protagonismo della società civile e appropriatezza degli strumenti e metodologie. (max 2000 battute)

Freewear si propone di attivare processi partecipativi su più livelli:

- di network: Freewear è il risultato di un processo di co-progettazione di una rete inedita e differenziata di attori (enti di formazione, associazioni, imprese innovative, scuole) per la gestione condivisa di un progetto complesso e innovativo. Ciofs Fp/ER e Map avranno il ruolo di coordinamento per caratteristiche organizzative e per il radicamento nell'area bersaglio che li rende punti di riferimento per la progettazione partecipata con scuole, servizi e associazioni del territorio.
- di protagonismo giovanile: Freewear vuole mettere le ragazze e i ragazzi partecipanti al centro del processo formativo, promuovendo il lavoro di gruppo e la loro leadership creativa nella realizzazione di un prodotto community based (la linea di streetwear della Bolognina) e di un nuovo modello di sviluppo personale e professionale (formazione diffusa, multidisciplinarietà, modularità, innovazione inclusiva, imprenditorialità sociale) che può diventare occasione di sviluppo territoriale.
- di community organizing: l'idea progettuale ha una costitutiva dimensione pubblica perché, da un lato, vuole coinvolgere in primis le famiglie dei partecipanti e tutta la cittadinanza in incontri dedicati (valorizzazione dei patrimoni familiari di conoscenze, storie e immaginari dell'abbigliamento e della moda) e dall'altro prevede l'organizzazione di più eventi sul territorio di presentazione e approfondimento del progetto, creando opportunità di incontro e di relazione (intergenerazionale e multiculturale) partendo da una proposta di moda inclusiva delle differenze. La campagna di crowdfunding permetterà inoltre di innescare un processo di responsabilizzazione e coinvolgimento territoriale (supporto collettivo ad un progetto generativo e di prospettiva).



**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

### 1.11 Descrizione delle potenzialità di crescita, scalabilità, stabilizzazione del progetto nel tempo. (max 2000 battute)

Freewear è pensato per crescere e consolidarsi nel tempo e per individuare il proprio modello di sostenibilità, oltre il finanziamento pubblico. I 24 mesi oggetto del presente bando sono strutturati, oltre a quello trasversale dedicato all'orientamento, su tre ambiti verticali: uno creativo-espressivo, il secondo di comunicazione e marketing e un terzo con focus sul consolidamento del modello di sostenibilità. Come accennato in precedenza, quest'ultima parte - sviluppata insieme a partner della rete progettuale specializzati in accompagnamento alla creazione di impresa collaborativa - permetterà di riconoscere le condizioni abilitanti ad un ulteriore sviluppo e consolidamento di Freewear come progetto di impresa sociale.

Il piano di formazione strutturato dai partner e dalla rete progettuale è pensato su moduli indipendenti, ma integrati tra loro, condotti da professionisti del settore. Questo modello, già testato su progetti pilota dall'APS MAP sul territorio della Bolognina, può essere replicato e adattato in altri contesti territoriali e sociali per rispondere in modo efficace a specifici bisogni educativi, valorizzando le risorse della comunità.

Freewear può quindi crescere e stabilizzarsi in due modi diversi, ma non opposti:

- come progetto co-gestito dai partecipanti che si dimostrano interessati a continuare dopo la fine dei due anni, con la supervisione e la partecipazione dei partner di progetto. In questo caso il gruppo porta avanti la strategia creativa e gestionale, in ottica di impresa creativa di comunità
- come modello educativo sostenibile costruito per mettere in relazione territorio, enti di formazione, scuole, imprese e professionisti delle ICC. In questo caso la metodologia proposta (focus su moda e competenze relazionali) può essere replicata con gruppi diversi di adolescenti sul territorio della Bolognina, così come in altri contesti.

### 1.12 Descrizione dell'impatto sociale, inteso come cambiamento atteso e determinato da fattori qualitativi e quantitativi. (max 2000 battute)

FREEWEAR mette al centro i gusti e gli stili degli adolescenti del quartiere per farne occasione di sviluppo personale, professionale e produttivo. FREEWEAR lavora affinché i ragazzi/e non siano consumatori passivi ma soggetti attivi, veicolando la moda e le culture urbane come strumento di empowerment e appropriazione del proprio domani.

FREEWEAR è la cultura dello stile che si prende il futuro.

FREEWEAR parte dalla vocazione creativa del territorio della Bolognina e lavora in rete con la comunità, con le scuole e con i professionisti delle ICC per costruire un modello sostenibile, a livello





**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

economico, sociale e ambientale.

Per monitorare l'andamento del progetto, verificare l'efficacia delle nostre azioni intendiamo e valutare l'impatto del nostro intervento intendiamo utilizzare la teoria del cambiamento. La valutazione di impatto è prima di tutto uno strumento progettuale e di gestione strategica: progettare il cambiamento che si vuole generare sui territori e nelle comunità infatti significa pensare a lungo termine. Il gruppo progettuale, insieme ai/alle partecipanti, parte dalla impact vision - ossia il cambiamento di lungo periodo a cui il progetto ambisce di arrivare - per individuare gli indicatori di impatto, qualitativi e quantitativi, e definire la catena di produzione del valore. Alla fine del progetto si intende pubblicare un report di impatto che restituisca non solo i risultati, ma il cambiamento generato sui pubblici di riferimento.

Ipotesi di indicatori di risultato: n° patti formativi attivati, n° ore di formazione erogate, n° eventi culturali organizzati, n° partecipanti agli eventi, n° ore di alternanza scuola-lavoro riconosciute, € raccolti tramite crowdfunding

Ipotesi di indicatori di impatto: n° di ragazzi intercettati che superano l'anno scolastico, accresciuto benessere negli adolescenti coinvolti (strumento: interviste qualitative/questionario anonimo); recepimento dei risultati del processo da parte dei policy maker.



**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

## 2. Tempistica di realizzazione dell'intervento

Data di avvio prevista 17/12/2018

Data di conclusione prevista 17/12/2020

### 2.1 Cronoprogramma del progetto suddiviso per attività ( modello Gantt)

| 2018 | 2019 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 2020 |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|------|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|      | DI   | GE | FE | MA | AP | MA | GI | LU | AG | SE | OT | NO | DI   | GE | FE | MA | AP | MA | GI | LU | AG | SE | OT | NO | DI |
| 1    | x    | x  |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 2    | x    | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x    | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  |
| 3    |      |    | x  | x  | x  | x  | x  |    |    |    |    |    |      |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 4    |      |    |    |    |    |    |    |    | x  | x  | x  | x  | x    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
| 5    |      |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |      | x  | x  | x  | x  | x  | x  |    |    |    |    |    |    |
| 6    |      |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |    |    |    |    | x  | x  | x  | x  | x  |
| 7    |      |    |    |    |    |    |    | x  | x  | x  |    |    |      | x  |    |    |    |    |    |    | x  | x  |    |    |    |
| 8    |      |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |      |    |    |    |    |    |    |    |    | x  | x  | x  | x  |
| 9    | x    | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x    | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  |
| 10   | x    | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x    | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  | x  |

- 1) Progettazione operativa del servizio e degli strumenti di monitoraggio
- 2) Piano di comunicazione del progetto, attività informative e diffusione sul territorio
- 3) Primo semestre di realizzazione attività formative e laboratoriali + Evento pubblico
- 4) Summer School + Secondo semestre di realizzazione attività formative e laboratoriali + Evento pubblico
- 5) Terzo semestre di realizzazione attività formative e laboratoriali + Evento pubblico (con presentazione della linea di moda)
- 6) Quarto semestre di realizzazione delle attività formative e di orientamento
- 7) Valutazione, riprogrammazione, equipe progettuali
- 8) Valutazione di impatto e Scalabilità/Riproducibilità/Sostenibilità del progetto
- 9) Monitoraggio e Documentazione
- 10) Management/Segreteria/Amministrazione e Coordinamento



**UNIONE EUROPEA**  
Fondi Strutturali e di Investimento Europei

Ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. 30/6/2003 n. 196, i dati personali forniti dai candidati saranno raccolti per le finalità di gestione della selezione e delle attività di accompagnamento.

(data)

(firma leggibile)

12/10/2018

---

Ai sensi e per gli effetti dell' Artt. 1341 Codice Civile, si dichiara di approvare espressamente quanto sopra riportato.

(data)

(firma leggibile)

12/10/2018

---



## BUDGET

## ANAGRAFICA PROGETTO

ALLEGATO n.

Programma di finanziamento:

BOLOGNA – PON CITTA' METROPOLITANE 2014-2020

Nome Progetto:

"Freewear Academy: design, moda e culture urbane"

Soggetto proponente/Capofila:

CIOFS FP ER

Nel caso di candidature sottoposte in forma aggregata:

si conviene, nell'ambito della attività e dei servizi previsti dalla proposta progettuale, la seguente suddivisione di competenze e ripartizione finanziaria sui singoli soggetti costituenti il partenariato (in forma di ATI/ATS):

| ENTE     |             | BUDGET    |
|----------|-------------|-----------|
| Capofila | CIOFS FP/ER | 63.850,00 |
| Partner  | MAP         | 36.150,00 |

durata progetto: 24 mesi

Staff impegnato e rendicontato:

CIOFS

Luca Lambertini Project Leader  
 Elena Sarti Responsabile Amministrativa  
 Daniela Vecchi Segreteria Tecnica  
 Laura Belvedere Formatore/Orientatore  
 Francesca Barboni Formatore/Orientatore  
 Piergiorgio Barbetta Coordinatore

MAP

Luca Padova Coordinatore e Tutoraggio  
 Elvira Venezia Tutoraggio  
 Stefania Peca Organizzazione eventi  
 Ettore Santucci Comunicazione e Marketing

| BUDGET / SPESE AMMISSIBILI                         |   |   |           |            |            |             |
|--|---|---|-----------|------------|------------|-------------|
| Macro attività                                     | Principali voci di costo  | Tipologia di spesa  | Annualità |            |            | TOTALI      |
|  |   |   | 2018      | 2019       | 2020       |             |
| Progettazione/Preparazione                         | Costi personale/acquisizione di servizi e competenze esterne (progettazione servizio e/o riorganizzazione; analisi dei bisogni; ...)  | Personale e Competenze esterne per attività di programmazione in itinere dei servizi            | 2.672,00  | 8.016,00   | 2.672,00   | €13.360,00  |
|  |   |   |           |            |            |             |
|  |   |   |           |            |            |             |
|  |   |   |           |            |            |             |
| Realizzazione                                      | Acquisto beni (mobili e arredi; strumentazione tecnica ed informatica; ...)   | Materiali didattici per lo svolgimento delle attività   |           | 1.915,00   | 1.915,00   | €3.830,00   |
|  |   |   |           |            |            |             |
|  | Costi personale/acquisizione servizi (consulenze e competenze esterne) per: valutazione multidimensionale e percorsi di accompagnamento; assistenza educativa, mediatore culturale, supporto all'istruzione ecc.) | Personale e Acquisizione di servizi esterni - DOCENZA   |           | 11.220,00  | 11.220,00  | €22.440,00  |
|  |   | Personale e Acquisizione di servizi esterni -ACCOMPAGNAMENTO, ASSISTENZA EDUCATIVA - TUTORAGGIO |           | 6.975,00   | 6.975,00   | €13.950,00  |
|  | Noleggio e locazione  |   |           |            |            |             |
| Informazione e pubblicità                          | Costi personale/acquisizione servizi/acquisto beni (attività di sensibilizzazione e coinvolgimento della cittadinanza; predisposizione materiale informativo, organizzazione eventi, comunicato stampe, ...)      | Personale per Servizi di informazione e pubblicità  |           | 5.360,00   | 5.360,00   | €10.720,00  |
|  |   | Stampe e materiali  |           | 3.925,00   | 3.925,00   | €7.850,00   |
|  |   |   |           |            |            |             |
|  |   |   |           |            |            |             |
| Spese amministrative e di segreteria/coordinamento |   | Personale amministrativo, segreteria tecnica e di coordinamento                                 | 1.142,31  | 12.853,85  | 12.853,85  | €26.850,00  |
|  |   | Costi notarili per costituzione ATI   | 1.000,00  |            |            | €1.000,00   |
| Totale costo progetto                              |   |   | €4.814,31 | €50.264,85 | €44.920,85 | €100.000,00 |