

# SERVIZIO CIVILE IN ITALIA

---

## SCHEDA SINTETICA DEL PROGETTO “BUONO DA PENSARE, BUONO DA MANGIARE: UN PERCORSO LOCALE E GLOBALE PER UN CONSUMO CONSAPEVOLE DEL CIBO”

**FOCSIV, COLDIRETTI LAZIO, CAMPAGNA AMICA**

Volontari richiesti: N.10 (2 in FOCSIV, 3 in Campagna Amica, 5 in Coldiretti Lazio)

PAESE DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO: ITALIA

**Area di intervento:** Educazione e promozione culturale – Educazione al consumo consapevole

### INTRODUZIONE

FOCSIV è la più grande Federazione italiana di ONG che da oltre 40 anni lavora nei sud del mondo realizzando progetti di cooperazione internazionale. Punto fermo di tutti gli interventi è stato ed è quello di contribuire, attraverso il lavoro di partenariato e la promozione dell'autosviluppo al superamento di quelle condizioni di ingiustizia che potenzialmente sarebbero potute essere, sono o sono state fonte di conflitti e di maggiori ingiustizie, costruendo percorsi di pace. Per dare continuità al lavoro di prevenzione dei conflitti (intesi nel senso sopra descritto), volendo offrire la possibilità ai giovani italiani di sperimentarsi come operatori privilegiati della solidarietà internazionale, FOCSIV in collaborazione con l'Associazione Papa Giovanni XXIII, la Caritas Italiana e il GAVCI ha ripresentato nel febbraio del 2007, all'UNSC il progetto madre "Caschi Bianchi" che intende collocare la progettualità relativa al servizio civile all'estero come intervento di costruzione di processi pace nelle aree di crisi e di conflitto (armato, sociale, economico, religioso, culturale, etnico..) con mezzi e metodi non armati e nonviolenti attraverso l'implementazione di progetti di sviluppo tenendo presente che i conflitti trovano terreno fertile dove la povertà è di casa, i diritti umani non sono tutelati, i processi decisionali non sono democratici e partecipati ed alcune comunità sono emarginate. Il presente progetto di servizio civile vuole essere un ulteriore testimonianza dell'impegno della Federazione nella costruzione della pace nel mondo e vuol far sperimentare concretamente ai giovani in servizio civile che la migliore terapia per la costruzione di una società pacificata è lottare contro la povertà, la fame, l'esclusione sociale, il degrado ambientale; che le conflittualità possono essere dipanate attraverso percorsi di negoziazione, mediazione, di riconoscimento della positività dell'altro.

FOCSIV realizza il presente Progetto in collaborazione con gli Enti Campagna Amica e Coldiretti Lazio.

### DESCRIZIONE DEL CONTESTO TERRITORIALE

#### **Area di intervento e contesto territoriale**

Il progetto si sviluppa nei territori di Roma e Lazio. L'area metropolitana di Roma, da sempre legata e dipendente, in fatto di rifornimenti alimentari e di risorse in generale, dalla sua campagna e dai territori limitrofi che oggi rappresentano la regione Lazio, presenta le peculiari problematiche di una grande città, in un contesto consumista che rischia di perdere il contatto con la sua ricca tradizione enogastronomica e agricola soprattutto per quel che concerne le nuove generazioni. Inoltre l'emergenza ambientale preme prepotentemente con il carico di problemi che necessitano di risposte definitive. La produzione di cibo, elemento imprescindibile della nostra vita, è causa di molti di questi problemi ma può essere anche il volano per la loro risoluzione e motivo per trattare tematiche spesso sconosciute. Partiamo da alcuni dati inerenti il cibo, la sua origine, produzione e il rapporto che i giovani sviluppano nel tempo con esso.

Nel Lazio è presente una grande varietà di prodotti tipici formata da 25 denominazioni, iscritte nel Registro delle denominazioni di origine protette (DOP), delle indicazioni geografiche protette (IGP) e delle specialità tradizionali garantite (STG). Oltre a queste esistono centinaia di specialità da annoverare nella ricca tradizione gastronomica laziale. Per quanto concerne la biodiversità agricola il Lazio presenta almeno 13 specie arboree caratterizzate da 138 varietà, 14 specie erbacee con 34 varietà ed infine 11 specie di interesse zootecnico suddivise in 27 razze (registro volontario regionale a cura di ARSIAL).

La conoscenza tra i giovani di tutto questo patrimonio è certamente scarsa se assumiamo come cartina di tornasole i dati generici sulla consapevolezza dei benefici di una buona alimentazione. Per quanto riguarda il consumo di frutta e verdura, una ricerca di Save the Children del 2014 evidenzia una flessione nel numero dei bambini e adolescenti che ne mangia ad ogni pasto (35% a fronte del 37% nel 2012) o una volta al giorno (35% contro il 39% dell'anno precedente) e un aumento di coloro che non l'assumono o lo fanno un

massimo di 2 volte a settimana (31% contro il 24% del 2012). Per quanto riguarda il numero e la regolarità dei pasti, dalla ricerca emerge un dato particolarmente critico circa la prima colazione che ben un quarto dei ragazzi non consuma regolarmente: in particolare il 9% mai e il 16% a volte sì, a volte no; inoltre con il crescere dell'età questo pasto perde il suo fondamentale ruolo e ben il 14% dei 14-17enni non lo consuma mai a casa ma al bar.

Questi dati sono in buona parte confermati dalle ricerche realizzate dall'Istituto Superiore della Sanità, sia a livello nazionale che territoriale. L'analisi delle abitudini alimentari dei bambini della regione Lazio mette in evidenza che solo 67% dei bambini fa una colazione qualitativamente adeguata (con il giusto apporto sia di carboidrati che di proteine). Per il resto del campione la colazione non è qualitativamente adeguata (26%) o del tutto assente (7%). Anche la merenda di metà mattina è adeguata (circa 100 calorie) per poco più della metà dei bambini (53%), mentre per il 45% è inadeguata o manca del tutto (2%). Se consideriamo poi il consumo di frutta e verdura sono davvero pochi i bambini che mangiano questi alimenti con la regolarità consigliata dalle linee guida sulla sana alimentazione (5 porzioni al giorno): il 37% dei bambini mangia frutta meno di una volta a settimana o mai nell'intera settimana, percentuale che sale al 47% per il consumo di verdura.

Questi dati mostrano che nella nostra regione si conferma la grande diffusione fra i bambini di abitudini alimentari che non favoriscono una crescita armonica e sono fortemente predisponenti all'aumento di peso. In particolare, nella regione Lazio complessivamente il 31% dei bambini presenta un eccesso ponderale, che comprende sia sovrappeso che obesità. Rispetto alla media nazionale si riscontrano valori leggermente superiori per il sovrappeso e leggermente inferiori per l'obesità. Nonostante la prevalenza dei bambini in sovrappeso e obesi nel Lazio sia in lieve riduzione negli anni 2008-2014, ancora molto si può fare per migliorare la qualità dell'alimentazione dei ragazzi e potenzialmente anche dei loro genitori.

Un preoccupante 13% di genitori che afferma di non conoscere alcuna regola di base per nutrire i propri figli in maniera adeguata alla loro crescita sana, un dato che sale tra coloro che hanno figli tra i 6 e i 10 anni (17%), rispetto a quanto si rileva presso chi ha figli più grandi. Se si considera poi l'applicazione di queste indicazioni alla vita quotidiana si osserva che solo il 66% dei genitori dichiara di metterle in pratica sempre o il più spesso possibile, percentuale che sale con il crescere dell'età dei figli. Sono infatti i genitori dei ragazzi tra i 14 e i 17 quelli più attenti all'alimentazione dei propri figli e che mettono maggiormente in pratica le regole della buona tavola (75%).

L'impegno su queste tematiche è molto importante se consideriamo che viene oramai riconosciuta l'importanza di una buona alimentazione in relazione allo stato di salute: sono sempre maggiori le prove che dimostrano come gli alimenti, o meglio i principi nutritivi in essi contenuti, contribuiscano all'insorgere di numerose patologie (diabete, malattie cardiovascolari, obesità) e come attraverso la dieta si possano prevenire tali patologie. La semplificazione della dieta, che porta a preferire carboidrati raffinati oli e grassi trattati come fonte di energia a discapito dei cibi locali e tradizionali molto più vari, determina un significativo peggioramento nella qualità dell'alimentazione con tutte le conseguenze che ne derivano.

Parlando di alimentazione, si può approfondire ancora di più l'argomento affrontando una tematica altrettanto importante che riguarda lo spreco di cibo. In Italia in un anno 146 kg procapite di cibo finisce nella spazzatura per un valore di 13 miliardi di euro. Secondo l'Osservatorio sugli sprechi, a livello domestico in Italia si sprecano mediamente il 17% dei prodotti ortofrutticoli acquistati, il 15% di pesce, il 28% di pasta e pane, il 29% di uova, il 30% di carne e il 32% di latticini. Per una famiglia italiana questo significa una perdita di 1.693 euro l'anno. I nostri ragazzi, come d'altronde gli adulti, mangiano male e sprecano molto. E' forse anche per questo che nei cittadini cresce l'attenzione verso un modo di fare la spesa più consapevole, che faccia bene alla salute e all'ambiente, all'economia familiare e del proprio territorio. Una recente indagine Campagna Amica su dati Ipr marketing ha evidenziato che più di 4 italiani su 10 (43%) nel 2016 hanno fatto la spesa dal contadino nei cosiddetti mercati degli agricoltori con un aumento record del 55% negli ultimi 5 anni, in netta controtendenza rispetto al calo dei consumi alimentari dovuto alla crisi. L'83% degli italiani considera l'acquisto di prodotti alimentari direttamente nei mercati degli agricoltori sicuro con una percentuale che è superiore del 23% rispetto ai supermercati e del 15% rispetto al dettaglio tradizionale. Non è un caso quindi che l'81% degli italiani se fosse libero di scegliere preferirebbe comperare la frutta direttamente dagli agricoltori e l'88% degli italiani vorrebbe avere un mercato vicino a casa per avere più possibilità di scelta ed acquisto.

## DESCRIZIONE SETTORIALE DEL PROGETTO PER SEDE

Per questi motivi, accanto all'impegno nel promuovere la buona alimentazione in relazione allo stato di salute umano, occorre affiancare il medesimo impegno in termini di salute del pianeta e salute globale. Ed è opportuno agire a livello globale nella promozione dell'Agricoltura familiare che coniuga diritto al cibo e dignità dell'uomo; restituisce alle comunità il diritto di produrre, prima di tutto, gli alimenti necessari al loro sostentamento e, poi, di avviare un processo di sviluppo territoriale che consegua la democrazia alimentare e, più in generale, l'ecologia integrale. Rappresenta la risposta più sostenibile ed efficace alla fame e alla malnutrizione di intere comunità, grazie ad un modello di produzione agroecologico legato alla tradizione dei territori in grado di apportare un miglioramento della qualità della vita, della salute, dell'educazione e dell'istruzione, nonché della condizione della donna. Le famiglie, in particolare le donne e i giovani, sono protagoniste ed agenti di cambiamento dello sviluppo territoriale sia in Italia che nei Paesi poveri del mondo. Nell'agricoltura familiare l'apporto qualificato e peculiare dei piccoli produttori dipende dall'essere costituiti in famiglia, dall'essere quindi fondati sulla logica della gratuità e del dono, sulla vocazione ad abitare la terra, con uno spirito di rispetto, di custodia e di sviluppo del Creato per tutti. L'azienda familiare trova in sé gli incentivi ottimali per coltivare e custodire il dono della terra e presidiare il territorio, facendolo fruttificare in modo sostenibile, generazione dopo generazione. Inoltre la conduzione familiare può contribuire ad evitare fenomeni di concentrazioni di potere della produzione alimentare e a difendere importanti valori culturali, la biodiversità e il lavoro indipendente.

L'alleanza tra gli agricoltori italiani, del Nord del mondo, e i contadini dei Paesi del Sud del mondo è sancita dal patto di riso, alimento più consumato al mondo, che ribadisce come sia l'agricoltura familiare il motore dello sviluppo sostenibile, anche secondo i nuovi Obiettivi di Sviluppo Sostenibile sottoscritti a settembre 2015, avendo come fine la liberazione di milioni di uomini e donne dalla morsa della fame, mettendo al centro le persone, le comunità, la giustizia sociale, la salvaguardia del Creato per un'ecologia integrale.

Affrontando dunque il vasto tema dell'educazione alimentare è necessario fare un salto sul piano culturale che permetta di passare dall'idea più ristretta di qualità "tecnica" del cibo al concetto più ampio di qualità globale del sistema alimentazione che comprende sia il benessere del singolo individuo che quello della società in cui esso vive e dell'ambiente da cui ottiene le risorse. La scuola rappresenta, accanto alla famiglia, il contesto privilegiato per educare le giovani generazioni ad un corretto stile di vita. Se infatti nel nucleo familiare si strutturano i primi modelli di comportamento corretti, spetta alla scuola, in parallelo, consolidarli e proteggerli da stimoli che potrebbero deviarli. A questo proposito, i risultati di una indagine condotta in cinque stati membri dell'Unione Europea, tra cui l'Italia, su cosa pensano gli Europei della loro alimentazione e della loro salute, ha evidenziato che i programmi di educazione scolastica sono considerati il mezzo più efficace per promuovere salutari stili di vita e abitudini alimentari equilibrate: in tutti e cinque i Paesi coinvolti essa infatti risulta al primo posto tra cinque possibili opzioni, con una media del 43% di risposte.

L'azione educativa e formativa della scuola risulta quindi essenziale per favorire l'acquisizione e la messa in pratica di quelle conoscenze e competenze che possono condurre a stili di vita orientati al benessere e alla prevenzione.

In questa cornice si sviluppa il presente progetto di impiego, che intende sviluppare un percorso educativo inerente le suddette tematiche agendo sia a livello di sensibilizzazione della società civile tutta e in particolare della popolazione del territorio romano, sia a livello educativo nell'azione diretta con il target dei più giovani delle scuole.

Creando una maggiore consapevolezza sui nessi esistenti a livello locale e globale sull'agricoltura, la sovranità alimentare, diritto al cibo e consumo critico: la modalità di azione del progetto vuole essere quella di sensibilizzare, informare e promuovere, favorendo lo scambio tra diverse esperienze e sperimentando concretamente una dimensione multiculturale favorita dalla presenza di stranieri nelle scuole e nel territorio, diffondendo una cultura di pace e solidarietà internazionale..

### DESTINATARI E BENEFICIARI

Destinatari diretti sono:

- 5.000 persone della comunità locale informate e sensibilizzate attraverso eventi pubblici e campagne di sensibilizzazione;
- 1.250 studenti di scuole di diverso ordine e grado di Roma e provincia (50 laboratori con in media 25 alunni ciascuno);
- 500 bambini/ragazzi coinvolti nelle attività di laboratorio proposte nei Mercati di Campagna Amica.

Beneficiari indiretti delle azioni progettuali saranno le famiglie e gli insegnanti degli studenti coinvolti nei laboratori didattici e i cittadini che saranno coinvolti attraverso i canali social e le attività di informazione. Si stima un numero di beneficiari indiretti di circa 20.000 persone.

## OBIETTIVI DEL PROGETTO

SITUAZIONE DI PARTENZA	OBIETTIVI SPECIFICI (Situazione di arrivo)
<p><u>Indicatore 1</u> La gran parte della popolazione del territorio romano ha una percezione limitata delle interconnessioni esistenti tra le scelte locali in tema di agricoltura, consumo critico e alimentazione e la ricaduta delle stesse a livello internazionale.</p>	<p><u>Obiettivo 1</u> Sensibilizzare 5.000 persone parte della popolazione del territorio romano creando una maggiore consapevolezza sui nessi esistenti a livello locale e globale sullo stato dell'agricoltura mondiale e il rapporto della stessa con i cambiamenti climatici, la sovranità e la sicurezza alimentare, diritto al cibo e consumo critico, buona alimentazione, attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Momenti di approfondimento, seminari e incontri sulle tematiche relative cambiamenti climatici, la sovranità e la sicurezza alimentare, diritto al cibo e consumo critico e attività di pressione sulle istituzioni decisionali territoriali, nazionali ed europee;</li> <li>- Una campagna di sensibilizzazione sul diritto al cibo e promozione tematiche che stimolino la partecipazione della società civile tutta attraverso eventi e materiali informativi.</li> </ul> <p><u>Situazione di arrivo</u> - Maggior consapevolezza in tema di diritto al cibo, consumo critico, sovranità alimentare e delle connessioni esistenti a livello mondiale.</p>
<p><u>Indicatore 2</u> Oltre il 50% dei bambini del Lazio ha delle abitudini alimentari (consumo di frutta e verdura, merende, ecc) non adeguate rispetto alle indicazioni di una sana alimentazione.</p>	<p><u>Obiettivo 2</u> Elaborare un report sulle abitudini alimentari dei bambini e ragazzi (età 6-11 anni) alla luce delle nuove tendenze alimentari (filiera corta e km zero)</p> <p><u>Situazione di arrivo</u> Distribuzione di un elaborato sul tema della buona alimentazione nei principali mercati di Campagna Amica e presso le istituzioni interessate.</p>
<p><u>Indicatore 3</u> La ricchezza del patrimonio agricolo e gastronomico di Roma e del Lazio è poco conosciuta dai bambini e dai ragazzi.</p>	<p><u>Obiettivo 3</u> Progettare e realizzare attività di animazione per bambini e ragazzi sui temi del consumo etico, la buona alimentazione e la ricchezza del patrimonio agricolo e gastronomico di Roma e del Lazio, presso i principali mercati di Campagna Amica di Roma.</p> <p><u>Situazione di arrivo</u> Contattare almeno 500 bambini/ragazzi in un anno coinvolgendoli nelle attività al fine di far conoscere la ricchezza dell'offerta di cibo della regione Lazio</p>
<p><u>Indicatore 4</u> In Italia in un anno 146 kg procapite di cibo finisce nella spazzatura per un valore di 13 miliardi di euro.</p>	<p><u>Obiettivo 4</u> Sensibilizzare circa 1.250 studenti di istituti di diverso ordine e grado della provincia di Roma sui temi del cibo, della corretta alimentazione e della valorizzazione dei prodotti locali.</p> <p><u>Situazione di arrivo</u> Promuovere l'acquisizione di buone pratiche in tema di cibo e alimentazione attraverso il coinvolgimento degli studenti e delle loro famiglie.</p>
<p><u>Indicatore 5</u> La grande distribuzione non garantisce sempre la possibilità di acquistare prodotti agricoli freschi e moltiplica l'utilizzo di imballaggi non riciclabili e il trasporto su gomma ha un impatto ambientale negativo.</p>	<p><u>Obiettivo 5</u> Creare occasioni per far conoscere ai cittadini consumatori i vantaggi della vendita diretta, sia in termini di qualità del prodotto che di impatto ambientale, attraverso incontri tematici nei mercati di Campagna Amica e la realizzazione di una rete sui canali social.</p> <p><u>Situazione di arrivo</u> Aumento della percentuale di cittadini che conoscono i mercati contadini e li scelgono come luogo per fare la spesa.</p>

## COMPLESSO DELLE ATTIVITA' PREVISTE PER IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI

### Nella sede FOCSIV (2066)

**AZIONE 1: Mettere in atto il coinvolgimento della società civile attraverso campagne di sensibilizzazione e lobbying da realizzare sul territorio romano che approfondiscano le tematiche legate all'alimentazione, allo stato dell'agricoltura mondiale e il rapporto della stessa con i cambiamenti climatici, la sovranità e la sicurezza alimentare, il diritto al cibo e consumo critico.**

**Attività 1:** Ricerca su Internet e sui diversi portali delle agenzie locali, nazionali e internazionali attive sui temi di alimentazione, sviluppo sostenibile e sovranità alimentare;

**Attività 2:** studio di report e documenti inerenti le tematiche dell'alimentazione, dello stato dell'agricoltura mondiale e il rapporto della stessa con i cambiamenti climatici, in particolare sui paesi più vulnerabili, la sovranità e la sicurezza alimentare e successiva elaborazione di documenti di sintesi da diffondere sul territorio;

**Attività 3:** studio di report e documenti inerenti il rapporto tra agricoltura e finanza, il fenomeno del *land grabbing* e la promozione della finanza etica e successiva elaborazione di documenti di sintesi da diffondere sul territorio;

**Attività 4:** Promozione e sviluppo di reti, partenariati e alleanze a livello locale, nazionale e internazionale per favorire lo scambio di buone pratiche nella sensibilizzazione su questi temi e una maggiore efficacia ed impatto delle iniziative;

**Attività 5:** Stesura di documenti di posizione sulle tematiche citate e materiali utili alla promozione (video, raccolta di story-telling da utilizzare sui social network, diffusione di best practices) e diffusione dei medesimi a livello territoriale e nazionale;

**Attività 6:** Redazione di progetti ed iniziative di sensibilizzazione su questi temi;

**Attività 7:** Partecipazione a seminari e tavoli tematici promossi da altre organizzazioni nell'alveo dei partenariati sviluppati intorno alle tematiche oggetti delle campagne;

**Attività 8:** monitoraggio in itinere, valutazione della attività e dell'efficacia della campagna, elaborazione dei dati raccolti;

**Attività 9:** realizzazione di una relazione di valutazione dell'iniziativa da pubblicare su sito web e diffondere con tutti i partner interessati.

**AZIONE 2: Realizzazione della campagna informativa e di sensibilizzazione "ABBIAMO RISO PER UNA COSA SERIA" rivolta alla cittadinanza, sulle tematiche di diritto al cibo e supporto all'agricoltura familiare.**

**Attività 1:** Definizione ed aggiornamento del documento di progettazione annuale della campagna con definizione degli obiettivi specifici e strutturazione attività;

**Attività 2:** Stesura di piani di comunicazione per il coinvolgimento dei media locali quali quotidiani, televisioni, radio, siti internet, social network sulle attività della Campagna;

**Attività 3:** Ricerca di nuovi canali e metodologie per la promozione di iniziative legate principalmente ai temi d'interesse;

**Attività 4:** Implementazione del sito internet della campagna, strutturazione pagina Facebook e profili sui social network e definizione nuovi strumenti di comunicazione per informare, aggiornare, sensibilizzare e raggiungere in modo puntuale ed immediato più destinatari possibili;

**Attività 5:** Produzione di materiale informativo (in diversi formati: video, audio, presentazioni, pubblicazioni, brochure,...) relativo alle tematiche di interesse e predisposizione materiale informativo aggiuntivo, studiato ad hoc anche in funzione del pubblico e degli utenti di riferimento;

**Attività 6:** Organizzazione dell'evento di piazza della campagna e eventi correlati, organizzazione di stand espositivi ai fini della promozione della campagna di sensibilizzazione in rete con altre realtà non profit/profit o istituzionali locali o nazionali;

**Attività 7:** Realizzazione di eventi di diffusione una Conferenza stampa ed eventi di lancio;

**Attività 8:** Coordinamento del personale coinvolto per la realizzazione delle attività sul territorio;

**Attività 9:** Redazione di una relazione finale e diffusione dei risultati conseguiti.

### Nella sede FOCSIV - Campagna Amica (132441)

**AZIONE 1: Realizzazione di un'indagine sulle abitudini alimentari da sottoporre ai bambini che contempli quesiti relativi ai temi della filiera corta, del km zero e della biodiversità.**

**Attività 1:** Ricerca bibliografica sugli studi pregressi relativi alla tematica espressa.

**Attività 2:** Ricerca e contatto con istituti del territorio provinciale da inserire nelle attività didattiche.

**Attività 3:** Stesura del questionario in collaborazione con il personale di Fondazione Campagna Amica e la società di sondaggi Ixè.

Attività 4: Coordinamento con la Federazione Coldiretti del Lazio per la pianificazione di interventi per la somministrazione del questionario a latere delle iniziative nelle scuole a carico di Coldiretti Lazio previste dal progetto.

Attività 5: Inserimento dati raccolti nel database preparato.

Attività 6: Analisi dei dati in collaborazione con la società di sondaggi Ixè.

Attività 7: Stesura del report scientifico e di un opuscolo informativo con i risultati dell'indagine.

Attività 8: Presentazione alla stampa del report scientifico in un convegno organizzato da Fondazione Campagna Amica.

Attività 9: Distribuzione dell'opuscolo nei principali mercati di Campagna Amica e presso gli enti interessati dalla tematica;

Attività 10: Verifica del lavoro svolto.

**AZIONE 2: Realizzazione di 10 laboratori (4 ore ciascuno) per promuovere a bambini e famiglie (circa 500 bambini) i temi del consumo consapevole, etico, la buona alimentazione e la ricchezza del patrimonio agricolo e gastronomico di Roma e del Lazio presso i mercati di Campagna Amica.**

Attività 1: Progettazione di laboratori per bambini (e famiglie) da realizzare presso 3 mercati di Campagna Amica di Roma (Circo Massimo, Tiburtino, EUR) con compilazione di un calendario.

Attività 2: Preparazione materiali e metodologie per la realizzazione dei laboratori.

Attività 3: Progettazione e preparazione di materiali promozionali con il settore comunicazione di Campagna Amica.

Attività 4: Distribuzione dei materiali promozionali presso i mercati coinvolti.

Attività 5: Promozione delle iniziative attraverso canali social.

Attività 6: Raccolta delle iscrizioni ai laboratori.

Attività 7: Realizzazione dei laboratori con contemporanea produzione di materiali multimediali (foto e video).

Attività 8: Elaborazione dei materiali multimediali con sistemazione e categorizzazione.

Attività 9: Verifica del lavoro svolto.

**Nella sede FOCSIV - Coldiretti Lazio (132442)**

**AZIONE 1: Realizzazione di 50 laboratori didattici sui temi dell'educazione alimentare e del consumo consapevole con il coinvolgimento di 1.250 studenti di almeno 10 scuole di diverso ordine e grado del territorio**

Attività 1: Aggiornamento della banca dati dei contatti di istituti scolastici ed insegnanti in precedenza già coinvolti in attività didattiche.

Attività 2: Ricerca e contatto con nuovi istituti del territorio provinciale in precedenza non inseriti nelle attività didattiche.

Attività 3: Approfondimento dei temi oggetto dei laboratori e ricerca di materiale da utilizzare nel progetto.

Attività 4: Coordinamento con la Fondazione Campagna Amica per la realizzazione dell'indagine sulle abitudini alimentari da realizzare a latere dei laboratori.

Attività 5: Aggiornamento e ampliamento del materiale didattico già realizzato da utilizzare nei laboratori.

Attività 6: Ricerca e contatto con eventuali figure professionali specifiche da coinvolgere nelle attività.

Attività 7: Incontri rivolti al personale docente per la presentazione delle proposte didattiche nei vari istituti coinvolti.

Attività 8: Incontri rivolti ai genitori per la presentazione del progetto nei vari istituti coinvolti.

Attività 9: Programmazione delle attività per ciascun istituto (calendarizzazione dei laboratori, organizzazione logistica, ecc)

Attività 10: Realizzazione dei 50 laboratori sul tema dell'educazione e degli stili alimentari responsabili.

Attività 11: Stesura, somministrazione ed elaborazione dei questionari di valutazione e redazione di report a conclusione dei laboratori svolti.

Attività 12: Realizzazione di un evento conclusivo per la premiazione dei migliori lavori realizzati dai bambini nel corso dei laboratori.

**AZIONE 2: Realizzazione di 10 eventi da realizzare nei Mercati di Campagna Amica per promuovere ad un pubblico più ampio (circa 2.500 persone) i temi del consumo consapevole, del Km zero, della sana alimentazione e realizzazione di una rete social per veicolare informazioni legate a questi temi.**

Attività 1: Individuazione delle tematiche da promuovere negli eventi e definizione delle proposte (es. stand informativo, mostra fotografica, proiezione di film, feste a tema, ecc).

Attività 2: Approfondimento delle tematiche scelte e ricerca del materiale per la realizzazione degli eventi

Attività 3: Contatti con realtà ed associazioni del territorio per la definizione di partnership nell'ambito degli eventi.

Attività 4: Individuazione e coinvolgimento di figure professionali e/o istituzionali da coinvolgere negli eventi.

Attività 5: Analisi del territorio ed individuazione di nuove aziende agricole da coinvolgere nelle attività di Campagna Amica

Attività 6: Incontri di preparazione dei volontari con condivisione degli obiettivi, delle modalità di gestione e organizzazione dei vari eventi.

Attività 7: Promozione degli eventi attraverso la realizzazione di materiale promozionale e l'uso dei canali social.

Attività 8: Allestimento e logistica in occasione dei vari eventi.

Attività 9: Partecipazione agli eventi.

Attività 10: Realizzazione di una newsletter regionale per diffondere informazioni e notizie sui temi promossi dal progetto.

## **RUOLO ED ATTIVITÀ PREVISTE PER I VOLONTARI NELL'AMBITO DEL PROGETTO**

I volontari saranno impiegati nelle seguenti attività:

### **Nella sede FOCSIV (2066)**

Il **Volontario 1** sarà coinvolto in particolare nelle seguenti attività:

- Collaborazione nella ricerca su Internet e sui diversi portali delle agenzie locali, nazionali e internazionali attive sui temi di alimentazione, sviluppo sostenibile e sovranità alimentare;
- Supporto nello studio di report e documenti inerenti le tematiche dell'alimentazione, dello stato dell'agricoltura mondiale e il rapporto della stessa con i cambiamenti climatici, in particolare sui paesi più vulnerabili, la sovranità e la sicurezza alimentare e successiva elaborazione di documenti di sintesi da diffondere sul territorio;
- Supporto nello studio di report e documenti inerenti il rapporto tra agricoltura e finanza, il fenomeno del land grabbing e la promozione della finanza etica e successiva elaborazione di documenti di sintesi da diffondere sul territorio;
- Collaborazione nella promozione e sviluppo di reti, partenariati e alleanze a livello locale, nazionale e internazionale per favorire lo scambio di buone pratiche nella sensibilizzazione su questi temi e una maggiore efficacia ed impatto delle iniziative;
- Affiancamento nella stesura di documenti di posizione sulle tematiche citate e materiali utili alla promozione (video, raccolta di story-telling da utilizzare sui social network, diffusione di best practices) e diffusione dei medesimi a livello territoriale e nazionale;
- Collaborazione nella redazione di progetti ed iniziative di sensibilizzazione su questi temi;
- Affiancamento nella partecipazione a seminari e tavoli tematici promossi da altre organizzazioni nell'alveo dei partenariati sviluppati intorno alle tematiche oggetti delle campagne;
- Collaborazione nel monitoraggio in itinere, valutazione della attività e dell'efficacia della campagna, elaborazione dei dati raccolti;
- Supporto nella realizzazione di una relazione di valutazione dell'iniziativa da pubblicare su sito web e diffondere con tutti i partner interessati.

Il **Volontario 2** sarà coinvolto in particolare nelle seguenti attività:

- Collaborazione nell'aggiornamento del documento di progettazione annuale della campagna con definizione degli obiettivi specifici e strutturazione attività;
- Supporto nella stesura di piani di comunicazione per il coinvolgimento dei media locali quali quotidiani, televisioni, radio, siti internet, social network sulle attività della Campagna;
- Ricerca di nuovi canali e metodologie per la promozione di iniziative legate principalmente ai temi d'interesse;
- Collaborazione nella implementazione del sito internet della campagna, strutturazione pagina Facebook e profili sui social network e definizione nuovi strumenti di comunicazione per informare, aggiornare, sensibilizzare e raggiungere in modo puntuale ed immediato più destinatari possibili;
- Supporto nella produzione di materiale informativo (in diversi formati: video, audio, presentazioni, pubblicazioni, brochure,...) relativo alle tematiche di interesse e predisposizione materiale informativo aggiuntivo, studiato ad hoc anche in funzione del pubblico e degli utenti di riferimento;
- Affiancamento nell'organizzazione dell'evento di piazza della campagna e eventi correlati, organizzazione di stand espositivi ai fini della promozione della campagna di sensibilizzazione in rete con altre realtà non profit/profit o istituzionali locali o nazionali;
- Collaborazione nella realizzazione di eventi di diffusione una Conferenza stampa ed eventi di lancio;
- Supporto al coordinamento del personale coinvolto per la realizzazione delle attività sul territorio;
- Collaborazione nella redazione di una relazione finale e nella diffusione dei risultati conseguiti.

### **Nella sede FOCSIV - Campagna Amica (132441)**

**I Volontari 1- 2 e 3** collaboreranno nelle seguenti attività:

- Supporto nell'aggiornamento della banca dati con i contatti esistenti e nuovi contatti di istituti scolastici e di insegnanti che nel precedente anno scolastico hanno mostrato interesse verso percorsi didattici
- Partecipazione alle riunioni di coordinamento con la Fondazione Campagna Amica ed Ixè per la stesura del questionario da somministrare nelle scuole
- Somministrazione del questionario nelle scuole
- Inserimento dati nel database creato
- Collaborazione nell'analisi dei dati con Ixè e Campagna Amica
- Supporto nella stesura del report scientifico sotto la supervisione di Ixè e Campagna Amica
- Supporto nella stesura dell'opuscolo divulgativo sotto la supervisione di Campagna Amica
- Collaborazione nella distribuzione dei materiali prodotti
- Organizzazione del momento convegnistico e di presentazione alla stampa del lavoro svolto.
- Progettazione di laboratori per bambini (e famiglie) su alimentazione, dieta mediterranea, orti urbani, gestione sostenibile dei rifiuti, biodiversità
- Preparazione materiali per la realizzazione dei laboratori
- Supporto Progettazione e preparazione di materiali promozionali con il settore comunicazione di Campagna Amica
- Distribuzione dei materiali promozionali presso i mercati coinvolti
- Promozione delle iniziative attraverso canali social
- Raccolta delle iscrizioni ai laboratori
- Realizzazione dei laboratori con contemporanea produzione di materiali multimediali (foto e video)
- Elaborazione dei materiali multimediali con sistemazione e categorizzazione.

### **Nella sede FOCSIV - Coldiretti Lazio (132442)**

**I Volontari 1 e 2** collaboreranno nelle seguenti attività:

- Supporto nell'aggiornamento della banca dati degli istituti scolastici da potenzialmente interessati alle attività didattiche e nella ricerca di materiali utili per la realizzazione dei laboratori
- Partecipazione alle riunioni di coordinamento con Fondazione Campagna Amica ed Ixè per la realizzazione dell'indagine sulle abitudini alimentari
- Collaborazione nella definizione degli obiettivi, dei contenuti specifici e del materiale da utilizzare nei laboratori
- Supporto nella calendarizzazione e organizzazione logistica dei laboratori
- Partecipazione agli incontri con insegnanti e genitori per la presentazione dei laboratori.
- Collaborazione nella realizzazione dei laboratori
- Affiancamento del personale nella realizzazione dei report di valutazione a conclusione dei percorsi effettuati
- Affiancamento del personale nella raccolta e valutazione dei lavori finali realizzati dai bambini.
- Supporto nella realizzazione dell'evento conclusivo per la premiazione degli elaborati prodotti dai bambini.

**I Volontari 3, 4 e 5** collaboreranno nelle seguenti attività:

- Partecipazione alle riunioni per la scelta delle tematiche da promuovere nel corso degli eventi da realizzare nei Mercati di Campagna Amica
- Collaborazione nel lavoro di approfondimento delle tematiche scelte e ricerca di materiale utile.
- Supporto nel lavoro di ricerca di contatti con associazioni, professionisti e altre figure da coinvolgere negli eventi
- Supporto agli uffici del territorio nell'analisi del territorio al fine di individuare nuove aziende agricole da coinvolgere nelle attività
- Partecipazione agli incontri organizzativi per la condivisione degli obiettivi e delle modalità di gestione degli eventi
- Supporto nella realizzazione di materiale promozionale in collaborazione con i referenti della comunicazione
- Collaborazione nella gestione dei canali social a supporto degli eventi
- Partecipazione alle attività di allestimento e realizzazione degli eventi in collaborazione con il personale di riferimento
- Partecipazione alle attività di progettazione e realizzazione della newsletter regionale
- Collaborazione nella stesura e nell'invio della newsletter regionale.



## ULTERIORI INFORMAZIONI ORGANIZZATIVE

**NUMERO ORE DI SERVIZIO SETTIMANALI DEI VOLONTARI: 30**

**GIORNI DI SERVIZIO A SETTIMANA DEI VOLONTARI: 5**

### EVENTUALI PARTICOLARI OBBLIGHI DEI VOLONTARI DURANTE IL PERIODO DI SERVIZIO:

Durante lo svolgimento del periodo di servizio, in occasione di determinate attività, sarà richiesto ai volontari:

- flessibilità oraria.
- spostamenti nei territori sopra descritti.

### COMPETENZE ACQUISIBILI

Conseguentemente a quanto esposto e precisato nei precedenti punti, i giovani coinvolti nel presente progetto, avranno l'opportunità di acquisire sia specifiche conoscenze, utili alla propria crescita professionale, a seconda della sede di attuazione del progetto, sia di maturare una capacità di vivere la propria cittadinanza, nazionale ed internazionale, in termini attivi e solidali, con una crescita della consapevolezza dei problemi legati allo sviluppo dei sud del mondo.

Di seguito gli ambiti nei quali si prevede una acquisizione di specifiche conoscenze:

1. Accrescimento della consapevolezza della possibilità di esercitare in maniera efficace il proprio diritto di cittadinanza attiva anche a livello internazionale;
2. Approfondimento delle conoscenze di politica internazionale e di cooperazione allo sviluppo interpretate alla luce di una cultura politica fondata sulla solidarietà;
3. Accrescimento del panorama delle informazioni utili per una efficace relazione interculturale;
4. Acquisizione di conoscenze tecniche relative alla progettualità;
5. Acquisizione della conoscenza dei modelli e delle tecniche necessarie per l'intervento sul territorio;
6. Rafforzamento delle conoscenze relative al dialogo sociale;
7. Acquisizione della conoscenza dei modelli e delle tecniche necessarie per l'analisi, la sintesi e l'orientamento all'obiettivo
8. Accrescimento della comprensione dei modelli di problem solving;
9. Approfondimento delle tecniche di animazione e/o educazione;
10. Accrescimento della comprensione dei modelli di lavoro in equipe;
11. Accrescimento della comprensione dei modelli di lavoro associativo e di rete (centro – periferia e viceversa);
12. Acquisizione delle conoscenze tecniche relative al proprio settore di formazione.

Si allega al presente progetto, la certificazione, del 12.12.2016 rilasciata dalla società **ELIDEA** Studio di Psicologi Associati, P.I. 08978461005, che svolge la sua azione nel campo della Formazione Continua con la quale si riconosce e certifica l'acquisizione di specifiche conoscenze derivante dalla realizzazione del presente progetto.

Verrà anche rilasciata, da parte FOCSIV, una certificazione delle conoscenze acquisite nella realizzazione delle specifiche attività previste dal presente progetto.

### FORMAZIONE GENERALE DEI VOLONTARI

La formazione generale, come evidenziato nel sistema di formazione consegnato in fase di accreditamento sarà realizzata all'inizio dell'anno di servizio in forma di corso residenziale, nel quale si susseguiranno lezioni frontali, momenti di confronto, simulazioni, attività di discussione guidata, esercitazioni, giochi di ruolo, lavori di gruppo ed individuali e restituzione in plenaria; esercitazioni pratiche, casi/problemi/situazioni evidenziate dai giovani. Sarà dato particolare risalto allo stile del vivere comunitario. La durata della formazione generale sarà nel suo complesso di **50 ore**.

### FORMAZIONE SPECIFICA (RELATIVA AL SINGOLO PROGETTO) DEI VOLONTARI

La formazione specifica ha l'obiettivo di fornire gli elementi utili a comprendere il senso dell'Educazione allo Sviluppo nell'ambito della Cooperazione Internazionale e di fornire nel dettaglio il più possibile nozioni ed informazioni necessarie ai giovani in servizio civile per un più efficace inserimento nelle sedi di realizzazione del progetto ed offrire loro un bagaglio di contenuti ed abilità necessari per realizzare le attività previste dal progetto. Il volontario, in questa fase della formazione, attraverso lezioni frontali, simulazioni di attività, il "fare insieme le cose", sarà avviato al servizio. La durata della formazione specifica nel totale sarà di circa **75 ore**.

In relazione agli obiettivi ed alle attività precedentemente descritti nella formazione specifica **saranno approfonditi i seguenti contenuti:**

#### **Prima parte (comune) - sede FOCSIV Campagna Amica (codice 132441):**

Modulo 1 - Presentazione del progetto e dell'ente – 1° parte
--

Modulo 2 - Formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego di volontari in progetti di servizio civile
--

**Seconda parte - su sede FOCSIV (2066):**

Modulo 1 - Presentazione del progetto - 2° parte
Modulo 2 - Campagne di sensibilizzazione
Modulo 3 - Creare iniziative ed eventi
Modulo 4 - Comunicare e sensibilizzare

**Seconda parte - su sede FOCSIV Campagna Amica (codice 132441):**

Modulo 1 - Presentazione del progetto - 2° parte
Modulo 2 - Alimentazione, salute e sostenibilità ambientale
Modulo 3 - Elementi di base per le attività didattiche e di animazione
Modulo 4 - Tecniche di indagine e di analisi dei dati

**DOVE INVIARE LA CANDIDATURA**

- **Tramite consegna a mano** presso l'indirizzo sotto riportato;
- **Tramite posta "raccomandata A/R"**: la candidatura dovrà pervenire **direttamente all'indirizzo sotto riportato**. (Nota Bene: non farà fede il timbro postale di invio, ma la data di ricezione in sede delle domande);

ENTE	CITTA'	INDIRIZZO	TELEFONO	SITO
FOCSIV	Roma	Via San Francesco di Sales, 18 CAP 00165	06 68 77 867	www.focsiv.it

- **tramite Posta Elettronica Certificata (PEC)** di cui è titolare l'interessato, allegando la documentazione richiesta in formato pdf, avendo cura di specificare nell'oggetto il **titolo del progetto**, al seguente indirizzo: [serviziocivile.focsiv@pec.it](mailto:serviziocivile.focsiv@pec.it).

Nota Bene: per inviare la candidatura via PEC

- è necessario possedere un indirizzo PEC di invio (non funziona da una mail normale),
- non è possibile utilizzare indirizzi di pec gratuiti con la desinenza "**postacertificata.gov.it**", utili al solo dialogo con gli Enti pubblici.