



Lake Como GREEN

Creare modelli territoriali di sostenibilità e transizione ecologica
in ambito turistico e culturale



Luglio 2021
Bando Effetto Eco
Fondazione Cariplo

Sintesi

Il contesto di riferimento è quello delle province di Como e Lecco, caratterizzato dalla presenza di numerosi piccoli comuni, in particolare nell'area lariana, che presenta molti fattori di stress sul territorio dovuti a una forte pressione turistica e alla notevole offerta di eventi.

L'alto impatto antropico causato ha già generato processi di consapevolezza, evidenziando il bisogno di strutturare governance complesse in grado di salvaguardare lo stesso patrimonio culturale e introdurre equilibrio nello sviluppo economico locale.

Da parte di enti pubblici, istituzioni di 2° livello e gruppi intermedi, è maturata una piena consapevolezza che le potenzialità del ricchissimo patrimonio culturale devono comprendere anche un'attenzione all'ambiente, quindi ripensandole con un approccio complessivo che tenga conto della sostenibilità ambientale.

E' necessario sviluppare modelli di transizione ecologica condivisi e co-progettati, da sperimentare in azioni pilota per renderli efficaci e replicabili.

Obiettivo Generale: accompagnare le realtà locali, che vivono in un contesto caratterizzato da un forte impatto antropico, nel processo di transizione ecologica in ambito culturale e turistico per la costruzione di un modello di sviluppo fondato sui principi della sostenibilità.

Obiettivi Specifici: Creare modelli di transizione territoriali co-progettati; rendere consapevoli i territori della fattibilità di applicazione di modelli di transizione ecologica, attraverso azioni pilota; disseminare le buone pratiche sperimentate dalle comunità locali a soggetti del territorio per promuovere modelli replicabili di transizione ecologica; creare strumenti di monitoraggio e valutazione adeguati, efficaci e quantificabili; promuovere modelli di transizione ecologica in ambito turistico, culturale e sociale in altri contesti territoriali, con una strategia di comunicazione efficace; coinvolgere le comunità locali nella loro complessità, sia dal punto di vista generazionale che funzionale.

L'attuazione della strategia per accompagnare le realtà locali nel processo di transizione ecologica in ambito culturale e turistico per la costruzione di un modello di sviluppo sociale ed economico fondato sui principi della sostenibilità si svilupperà grazie all'attivazione di tavoli territoriali di co-progettazione coinvolgendo direttamente i portatori d'interesse.

La transizione sarà attivata dalla sperimentazione di modelli in specifiche realtà omogenee (ambito comunale, sovracomunale, rete attiva di programmazione e gestione di eventi culturali e attività turistiche) capaci poi di diffondere le buone prassi grazie alla scalabilità e replicabilità delle progettazioni attivate. In dettaglio: Az.0 coordinamento, Az.1. costruzione partecipata di modelli di transizioni, Az.2 azioni pilota di sperimentazione dei modelli, Az.3. Disseminazione dei risultati dell'applicazione dei modelli con i "testimonial" delle azioni pilota, Az.4 monitoraggio e valutazione, Az.5 piano della comunicazione

Risultati attesi: almeno 3 modelli di transizione dedicati a eventi "green", certificazioni verdi per enti locali (pubblici e privati), turismo più sostenibile; 4 azioni pilota che applicheranno i modelli di transizione; redazione di 4 "diari della transizione"; organizzazione di almeno 4 incontri tra azioni pilota; organizzazione di almeno 4 incontri delle reti "antenne" con i "Testimonial"; realizzazione di almeno 2 spot e 2 video "testimonial"; diffusione dei risultati delle azioni pilota sui canali dei partner e dei target di progetto; un piano di monitoraggio

condiviso con schede di sintesi da aggiornare periodicamente con dati sull'impatto ambientale delle azioni intraprese; almeno 3 eventi di presentazione degli stati di avanzamento; un piano della comunicazione esaustivo con la costituzione di un gruppo comunicazione dedicato; un corso di formazione per "operatori social territoriali; utilizzo dei social media; almeno 4 "call to action" e 4 eventi pubblici "Goletta dei Laghi";

Il budget totale di progetto è pari a euro 71.000,00 di cui euro 47.000,00 richiesti a Fondazione Cariplo, pari al 66,20 %. Il progetto riceverà un co-finanziamento da parte di Camera di Commercio Como-Lecco pari a euro 15.000,00.

Contesto

Il contesto territoriale di riferimento del progetto è quello delle due province di Como e Lecco interessate nell'ultimo quinquennio da un processo di integrazione di politiche e strategie in tema di turismo e valorizzazione del patrimonio e delle iniziative culturali grazie al riaccorpamento delle Camere di Commercio e alla costituzione di una cabina di regia sovra territoriale che coinvolge gli attori principali dei due ambiti economici (enti locali, associazioni di categoria, terzo settore) anche a causa della perdita di competenze da parte delle amministrazioni provinciali. Un processo che ha registrato una accelerazione negli ultimi due anni per gli effetti della pandemia.

Il territorio, il modello amministrativo, l'ambito sociale

La particolare orografia e la conseguente conurbazione che si sviluppa intorno ai due rami del Lario ha condizionato la dimensione degli enti locali che per buona parte nelle valli a mezza costa vengono classificati come aree interne e/o rurali. Non è raro in buona parte di essi riscontrare fenomeni di spopolamento progressivo della popolazione residente, device digitale, grave carenza di infrastrutture di collegamento anche per l'offerta di un TPL che soffre le medesime problematiche legate all'orografia e alle distanze tra i diversi centri abitati. In tabella è possibile verificare come l'intera area (ma in modo omogeneo per entrambe le province) tre comuni su quattro sono al di sotto dei 5.000 abitanti.

Popolazione residente in provincia di Como, di Lecco e nell'area lariana per grandezza dei Comuni		
	Valori assoluti	%
Popolazione residente in provincia di Como	597642	100
* di cui in comuni con meno di 5.000 abitanti	215657	36,1
Popolazione residente in provincia di Lecco	334.961	100
* di cui in comuni con meno di 5.000 abitanti	157.088	46,9
Popolazione residente nell'area lariana	932.603	100
* di cui in comuni con meno di 5.000 abitanti	372.745	40,0
Numero dei comuni in provincia di Como, di Lecco e nell'area lariana per grandezza dei Comuni		

	Valori assoluti	%
Numero comuni in provincia di Como	154	100
* di cui comuni con meno di 5.000 abitanti	114	74,0
Numero comuni in provincia di Lecco	84	100
* di cui comuni con meno di 5.000 abitanti	68	81,0
Numero comuni nell'area lariana	238	100
* di cui comuni con meno di 5.000 abitanti	182	76,5

Fonte: Istat – dati al 31/12/2020

Turismo, una nuova frontiera di riconversione economica e sociale

Se sul fronte demografico e amministrativo i piccoli comuni condizionano la qualità dei servizi e contribuiscono sempre più a deprimere lo sviluppo di modelli economici del comparto industriale globalizzato, nell'ultimo decennio il boom delle presenze turistiche che ha interessato entrambe le province ha determinato un cambio repentino di tale modello economico locale. Ciò in maniera disordinata e spesso non governata dalle piccole amministrazioni. Un primo cambio di tendenza si è registrato a fine 2019 con il riconoscimento ministeriale dell'unico distretto turistico del nord Italia che aggrega i comuni del centro lago di Tremezzina, Menaggio, Bellagio e Varenna. E' stato il distretto il promotore di uno dei più significativi progetti di rete per la valorizzazione del patrimonio culturale in chiave turistica capace di unire 14 comuni rivieraschi (oggi arrivati a 34) per proporre un itinerario di borghi illuminati fruibili da crociere in una logica di destagionalizzazione e sfruttamento delle vie d'acqua. (cfr. www.lakecomoight.it) A novembre di quell'anno fu organizzato nel contesto del progetto un simposio a cui parteciparono oltre 200 operatori turistici territoriali per discutere del tema del sovraffollamento turistico e dell'impatto antropico sul delicato ecosistema naturale e sociale del lago. Poi è arrivata la pandemia, ma il trend di crescita della ripresa del turismo si prevede torni ai livelli pre-covid entro il prossimo triennio. Ritorna dunque alla ribalta il tema di quale sia il modello di turismo che possa accompagnare uno sviluppo equilibrato del territorio evitando anche il fenomeno dello sfruttamento abitativo dei borghi in sola chiave turistica e immobiliare a discapito dell'assetto sociale e demografico. I dati dell'ultimo rapporto di Camera di Commercio Como-Lecco dimostrano come sia tuttora importante l'impatto della trasformazione in chiave turistica delle microeconomie locali.

A fine 2020, infatti, le localizzazioni del settore "turismo e ristorazione" erano 7.216 (di cui 4.858 a Como e 2.428 a Lecco) e rappresentavano l'8,6% delle localizzazioni lariane (l'8,9% di

quelle comasche e l'8,1% di quelle lecchesi). Le stesse sono pari al 9,1% del totale lombardo del settore (6,1% Como e 3% Lecco). Il peso del comparto nella nostra regione rispetto al totale delle localizzazioni è pari al 7,7% (contro l'8,8% italiano). A fine 2020, Como si posizionava al 2° posto nella graduatoria regionale (dietro a Sondrio) e al 40° in quella nazionale per quota di localizzazioni del comparto "turismo e ristorazione" rispetto al totale delle localizzazioni attive, mentre Lecco si piazzava al 4° posto in Lombardia (dietro anche a Brescia) e al 58° in Italia. Rispetto alla classifica di inizio 2016, Como guadagna una posizione a livello regionale (scavalcando Brescia) e mantiene la medesima posizione nella classifica nazionale; Lecco recupera 10 posizioni nella classifica italiana (era 68a) e 3 in quella regionale (era 7a), superando Pavia, Bergamo e Varese. Negli ultimi 5 anni le localizzazioni lariane del comparto "turismo e ristorazione" sono aumentate di 664 unità (+427 a Como e +237 a Lecco: rispettivamente +9,6% e +10,8%; media lariana +10%; Lombardia +8%; Italia +11,6%). Anche nel 2020, nonostante l'emergenza legata alla pandemia da Covid-19, le localizzazioni del settore hanno continuato a crescere: rispetto a fine 2019 +70 unità (+18 unità a Como e +52 a Lecco: rispettivamente +0,4% e +2,2%; media lariana +1%; Lombardia +0,3% e Italia +1,5%). Fino allo scoppio dell'emergenza sanitaria legata al Covid-19, l'area lariana richiama un alto numero di turisti. Il 2019 aveva rappresentato un anno record, con crescite dell'11,2% degli arrivi e dell'11,4% delle presenze rispetto al 2018. Nel 2020 si è registrato un considerevole calo sia dei visitatori che delle notti trascorse sul territorio (rispettivamente -64,4% e -60,6%): i primi passano da 1,8 milioni nel 2019 a 650.000 nel 2020; le presenze da quasi 4,7 milioni a 1,85 milioni.

A fine 2020 le strutture ricettive presenti nell'area lariana erano oltre 5.600 (il 5,2% nel comparto alberghiero e il 94,8% nell'extra-alberghiero); i posti letto superavano quota 71.000 (il 22,4% negli alberghi e il 77,6% nelle altre strutture). Nonostante la crisi sanitaria, rispetto a fine 2019 si nota un deciso incremento sia delle strutture che dei posti letto (rispettivamente +11,4% e +4,2%). La crescita è tutta concentrata nel settore extra-alberghiero (+12,9% le strutture e +7,9% i posti letto), mentre risultano in calo gli alberghi (rispettivamente -10,1% e -7%). Solo gli alberghi a 5 stelle registrano aumenti sia nel numero che nei posti letto (rispettivamente +14,3% e +2,1%). Tra le strutture extra-alberghiere, solo i "bed&breakfast" evidenziano una diminuzione, sia nelle strutture che nei posti letto (rispettivamente -4,6% e -3,4%); viceversa, da evidenziare la crescita degli "altri alloggi" (i cui posti letto aumentano del 15% e il numero del 15,6%) e degli "alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale" (rispettivamente +8,4% e +13,4%)³⁷. In valori assoluti, più contenuto l'incremento degli "agriturismi" (+4 unità, pari al +4,8%, mentre i posti letto registrano un +9,5%). Crescono di una unità e di 8 posti letto gli "ostelli" (rispettivamente +11,1% e +2,1%); nel 2020 hanno aperto 3 nuovi "rifugi di montagna" (+7,9% e +11,1% i posti letto).

Cultura, un territorio da scoprire, una vitalità in grande crescita grazie al PIC

L'ambito culturale in maniera omogenea sulle due province ha registrato nell'ultimo quinquennio grande vitalità ed è spesso portatore, soprattutto nell'alta stagione turistica, di una proposta rivolta al pubblico straniero (i festival di musica classica nelle dimore storiche

sono quintuplicati in pochi anni) e costituisce un'attrattiva che giova al sistema di accoglienza e alla promozione del territorio. L'esigenza di "fare rete" per introdurre occasioni di sinergia, economia di scala e strategia condivisa ha trovato concretezza con la creazione del Piano Integrato della Cultura (PIC) – di cui CCIAA è capofila - denominato UN TESORO DI TERRITORIO (cfr www.picuntesoroditerritorio.it) che oggi conta 84 adesioni (la metà enti locali di piccole dimensioni) e l'attuazione entro fine 2022 di un corposo piano di azione. La strategia co-progettata dai sottoscrittori del protocollo PIC mira ad una valorizzazione dei moltissimi attrattori culturali e alla creazione e sperimentazione di format di spettacolo e intrattenimento culturale capaci di far scoprire il territorio elevando a location proprio il patrimonio artistico dei borghi, delle ville, dei giardini, dei musei e degli itinerari paesaggistici di richiamo internazionale capaci di attrarre pubblico lungo una intera annualità e per porzioni limitate e facilmente gestibili in una logica di slow tourism.

Tra le azioni il PIC ha strutturato dal 2020, in piena emergenza pandemica, un CALENDARIO UNICO che consentisse di promuovere e mettere a sistema tutte le iniziative culturali del territorio attraverso il coinvolgimento degli infopoint territoriali e di tutti gli attori dedicati alla promozione turistica. Un primo tentativo di fare sistema partendo da un dato di consapevolezza di quale fosse la proposta culturale del territorio. Nel 2020 gli eventi censiti nelle due province da giugno a dicembre hanno superato quota 3.000 e il trend dell'estate 2021 va verso un considerevole incremento di proposte (cfr. www.lakecomo.is).

A conferma di tale vitalità in ambito culturale sono i dati del report sullo stato dell'economia di CCIAA. Il sistema economico della cultura nel 2020 ha generato il 5,3% del valore aggiunto totale della provincia di Como (quasi 850 milioni €) e il 4,6% di quello di Lecco (quasi 450 milioni). Dunque, nell'area lariana all'economia culturale si deve la creazione di ben 1,3 miliardi €. Tra il 2011 e il 2019 il valore aggiunto generato dalla cultura è aumentato di quasi 113 milioni €; rispetto al 2018 la crescita è stata di 6 milioni €. I dati del report "Io sono cultura" si fermano al 2019: nel marzo 2020 è iniziata la pandemia da Covid-19 e il settore culturale è stato tra i più colpiti. Tuttavia, anch'esso (come l'intera economia) ha subito impatti molto differenziati a seconda del sotto-settore: tutti i comparti più strettamente legati al turismo e a eventi in presenza hanno avuto contraccolpi molto significativi a causa dei lockdown e dello stop dei viaggi transnazionali; altri (ad esempio quello dei software e dei videogame, ma anche la fruizione di musica e di contenuti audiovisivi online) hanno registrato andamenti ben diversi. Per il settore culturale, la sfida è quella di riorganizzarsi con riferimento a modalità di accesso, logistica, marketing, filiera, economie di scala, per adattarsi ai forti mutamenti avvenuti (non transitori, almeno nel breve periodo). La cultura rimane un driver potentissimo, non solo di tipo economico, ma anche per l'arricchimento intellettuale, la creazione del genius loci, il senso di comunità e la valorizzazione delle specificità dei territori. L'area lariana ha molto da offrire in questo senso, anche dialogando e rapportandosi con quelle vicine (Milano, Svizzera, altre zone pedemontane) e la cultura può svolgere un ruolo centrale nel rilancio post-Covid.

Una costellazione d'impresa. Il progetto SMART e la sostenibilità

Turismo e cultura sono dunque due ambiti in stretta sinergia che stanno in parte “subendo” la repentina trasformazione dei microsistemi economici locali per la pressione della domanda a fronte di un’offerta che si sta ancora “strutturando” per poter rendere permanenti ed equilibrati i cambiamenti economici capaci di incidere nel breve e medio-lungo periodo anche sull’assetto sociale e la qualità della vita delle popolazioni autoctone. Ma ciò rimane condizionato alla struttura socio-demografico-amministrativa della costellazione dei piccoli comuni che trova una sorprendente simmetria con la dimensione delle imprese del sistema economico locale composto in buona parte da piccole e micro aziende. L’esigenza di “fare rete” nel mondo delle costellazioni amministrative, imprenditoriali e del terzo settore culturale sembra dunque connotare le future strategie istituzionali.

Non a caso nello stesso periodo di fondazione dei partenariati in ambiti turistico e culturale nasce il Progetto SMART – STRATEGIE sostenibili e MODELLI di AZIENDE RESPONSABILI nel TERRITORIO transfrontaliero –, promosso dalla Camera di Commercio di Como-Lecco, SUPSI (Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana) Confindustria Como, GREEN Università Bocconi e SQS, è stato finanziato dal 2018 al 2020 dal Programma di cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera. (cfr. www.progettosmart.com) Obiettivo di Progetto SMART è stato valorizzare il territorio transfrontaliero come area che fa della sostenibilità economica, sociale ed ambientale di impresa un elemento distintivo e di vantaggio competitivo. Obiettivi specifici del progetto: allineare le azioni di sostenibilità delle imprese con specifiche politiche territoriali; trasformare la sostenibilità in fattore di competitività aziendale e di territorio; fornire alle imprese strumenti di implementazione della sostenibilità. Dall’analisi dei risultati del progetto emerge che si è ottenuto lo sviluppo di una cultura condivisa sul tema sostenibilità che favorisca la nascita di progetti per la soluzione di problemi sociali ed ambientali del territorio. Nella ricerca realizzata all’interno di progetto SMART per analizzare la situazione delle imprese lariane in relazione alla sostenibilità sono emersi i seguenti dati:

- 354 aziende considerate (200 aziende più grandi in termini di fatturato e 171 aziende con certificazione ISO 14001 – alcune imprese appartengono ad entrambi i gruppi) (il dato verificato ad oggi delle aziende certificate ISO 14011 nelle province di Como e Lecco è 198 su Como e 162 su Lecco – Dato Accredia luglio 2021)
- Analizzando i siti di queste aziende è emerso che i riferimenti ai temi della sostenibilità sono frequenti, ma solo il 7% del campione esaminato ha redatto un report di sostenibilità (il tessuto imprenditoriale è caratterizzato soprattutto da piccole e medie imprese)
- Circa un terzo delle 354 aziende analizzate ha adottato strumenti di LCA (analisi del ciclo di vita) e il 40% ha utilizzato strumenti di valutazione dell’impronta ambientale

Non vi è dunque indifferenza sul fronte della sostenibilità nella costellazione delle imprese locali. Tuttavia una parte rilevante di imprese sono micro e piccole con un numero di dipendenti inferiore a 10 e nella maggioranza dei casi si tratta ancora di imprese a conduzione familiare con una presenza significativa nei settori del commercio e dei servizi (turismo e ristorazione sono la presenza più importante). In questo caso mentre la presenza di spazio nei siti web dedicato ai temi della sostenibilità è piuttosto frequente, non altrettanto si può dire

rispetto alla pubblicazione del rapporto di sostenibilità che è fatta solo dal 7% del campione esaminato. Una delle ragioni principali può essere individuata proprio nel tessuto imprenditoriale che è caratterizzato dalla prevalenza di piccole e micro imprese che fanno oggettivamente più fatica a mettere in campo l'investimento di tempo e di risorse, e una serie di competenze interne, necessarie alla predisposizione di rapporti di sostenibilità o bilanci sociali. Non a caso sono invece più diffusi altri strumenti, come le certificazioni ambientali.

Analisi del bisogno

L'alto impatto antropico causato dal "boom" del turismo ha di fatto già generato processi di consapevolezza e evidenziato il bisogno di strutturare governance istituzionali complesse in grado di formulare e sperimentare strategie per salvaguardare lo stesso patrimonio culturale e introdurre equilibrio nello sviluppo economico del sistema. Il PIC, la Cabina di regia, il distretto turistico, il progetto SMART sono esempi virtuosi di reti attive e propositive capaci di coinvolgere direttamente i portatori di interesse nei processi di transizione. Parallelamente vi è piena consapevolezza che le potenzialità del ricchissimo patrimonio culturale materiale e immateriale disseminato in ogni angolo remoto del territorio sono ad oggi ben poco valorizzate scontando una dispersione di iniziative spesso in sovrapposizione per proposta e cronologia e con evidenti difficoltà anche solo di conoscenza, ma soprattutto di gestione del patrimonio.

La coesistenza di microcostellazioni, spesso autoreferenziali, in ambito istituzionale e nelle economie di turismo e cultura sono condizionate sicuramente dalla conformazione orografica dei territori a cui si accompagnano le difficoltà di mobilità strutturata. Sono difficoltà oggettive che rallentano i processi del "fare sistema", ma da parte di enti locali, istituzioni di secondo livello e gruppi intermedi, hanno fatto maturare una piena consapevolezza che questi sono dati di partenza che necessitano di forti spinte verso una maggiore integrazione. La recente nascita di partenariati strutturati su progettualità d'ambito sono l'esempio di tale consapevolezza. A ciò si somma la altrettanto piena consapevolezza di essere in transito verso un nuovo modello di sviluppo economico e sociale (cfr. analisi di contesto). Un modello che oggi non può non avere il connotato fondante della sostenibilità a 360 gradi soprattutto in un territorio dall'ecosistema ambientale e sociale fragile.

La sostenibilità si configura dunque come un fattore di competitività per le imprese e per i territori, per cui è necessario definire una strategia per la promozione e lo sviluppo del tema in tempi brevi soprattutto in virtù delle grandi opportunità di risorse finanziarie che offrirà il PNRR per una concreta messa a terra della stessa strategia.

Inoltre, partendo dal contesto sopra descritto, si ribadiscono i limiti dei piccoli comuni e delle piccole medie imprese legati al timore di investire risorse umane ed economiche in strategie di transizione ecologica, spesso non ritenute prioritarie e non viste come opportunità di marketing territoriale, anzi come aggravio di costi e di fatiche.

Dalle analisi e dalle banche dati che Camera di Commercio raccoglie ed elabora, si denota anche una difficoltà nel reperire dati sulle performance ambientali degli enti locali, in

particolare proprio dei piccoli comuni per la complessità della loro attuazione a fronte di micro-organizzazioni amministrative non in grado di sobbarcarsene l'onere .

Un elemento che può favorire l'accelerazione di questo processo e che rappresenta un vero e proprio BISOGNO DI SISTEMA, è il potenziamento e l'integrazione della rete di collaborazioni e di sinergie che permetta ad ogni attore di contribuire secondo i suoi mezzi e rispetto al suo ruolo. In questo senso le condizioni quadro, vale a dire gli aspetti normativi e infrastrutturali potranno giocare un ruolo fondamentale: disporre di un piano di sviluppo territoriale che si fondi sulla transizione ecologica, costruito dal basso con l'attivazione di processi di co-progettazione aperti alla partecipazione degli stakeholders. Un piano che sia chiaro, efficace, multisettoriale e multi stakeholders, di lungo periodo consentirà alle imprese, agli enti locali e al terzo settore attivo in ambito ambientale e culturale di operare scelte di crescita e di sviluppo con uno sguardo più ampio, più sostenibile e con maggiore sicurezza.

Con la costituzione di reti e di un piano d'azione sarà possibile affrontare in modo più coordinato, sinergico e di sistema le principali emergenze ambientali del territorio lariano, quali gestione dei rifiuti, gestione del sistema idrico, mobilità e trasporti, già emerse in diversi dossier e report di Legambiente, senza dimenticare i cambiamenti climatici e la perdita di biodiversità ovviamente. Il tutto orientato ad un nuovo modello di economia.

Queste emergenze sono strettamente legate alle caratteristiche locali, già sottolineate in precedenza: un'estrema variabilità dell'impatto antropico sia temporalmente che territorialmente, con picchi di presenze in alcuni luoghi e in alcuni momenti dell'anno.

Un'ultima criticità, non meno importante, è la poca consapevolezza da parte dei portatori d'interesse delle buone pratiche che già mettono in campo, ma che non vengono comunicate e diffuse.

Obiettivi di progetto

Obiettivo generale

Accompagnare le realtà locali, che vivono in un contesto caratterizzato da un forte impatto antropico, nel processo di transizione ecologica in ambito culturale e turistico per la costruzione di un modello di sviluppo sociale ed economico fondato sui principi della sostenibilità.

Obiettivi specifici

OB1.

Creare modelli di transizione territoriali co-progettati - La definizione di strategie comuni e condivise consente di dotare, in ambito turistico e culturale, di strumenti concreti ed efficaci per attuare pratiche di sostenibilità.

OB2.

Rendere consapevoli i territori della fattibilità di applicazione di modelli di transizione ecologica, attraverso una sperimentazione diretta, monitorata e condivisa.

OB3.

Disseminare e diffondere le buone pratiche sperimentate dalle comunità locali agli altri soggetti del territorio per promuovere modelli replicabili di transizione ecologica, attraverso incontri con i "testimonial".

OB4.

Creare metodologie e strumenti di monitoraggio e valutazione degli impatti delle azioni di transizione ecologica che siano adeguati, efficaci e quantificabili, in relazione al territorio e ai soggetti coinvolti.

OB5.

Promuovere modelli di transizione ecologica in ambito turistico, culturale e sociale in altri contesti territoriali, attraverso una strategia di comunicazione efficace.

OB6.

Coinvolgere le comunità locali nella loro complessità, sia dal punto di vista generazionale che funzionale, quali enti pubblici, organizzazioni non profit, imprese, associazioni di categoria, istituti scolastici.

Strategia d'intervento

L'attuazione della strategia per accompagnare le realtà locali nel processo di transizione ecologica in ambito culturale e turistico per la costruzione di un modello di sviluppo sociale ed economico fondato sui principi della sostenibilità si svilupperà grazie all'attivazione di tavoli territoriali di co-progettazione coinvolgendo direttamente i portatori di interesse.

La transizione ecologica sarà attivata dalla sperimentazione di modelli in specifiche realtà omogenee (ambito comunale o sovracomunale, rete attiva di programmazione e gestione di eventi culturali e attività turistiche ...) capaci poi di diffondere le buone prassi grazie alla scalabilità e replicabilità delle progettazioni attivate. Il coinvolgimento dal basso dei portatori di interesse fin dalle prime fasi di attuazione del progetto è considerata scelta strategica per favorire successivamente una efficace disseminazione delle buone prassi sperimentate.

La regia della transizione

Il processo sarà coordinato da Legambiente, capofila con competenze in ambito di cultura e sperimentazione di buone prassi ambientali riconosciute a livello nazionale. A coadiuvare il processo di transizione in ambito culturale la cooperativa Mondovisione, attiva da decenni sul territorio nell'organizzazione di eventi culturali con particolare attenzione alla loro sostenibilità e inclusività sociale per i modelli organizzativi della produzione; in ambito formativo opererà l'associazione Proteus la cui didattica ambientale negli anni ha coinvolto decine di scuole e sperimentato modelli di assoluta innovazione per stimolare la cittadinanza attiva soprattutto per le giovani generazioni.

I partner di progetto, a partire da questa esperienza di condivisione di azioni e metodologie, hanno come obiettivo di mantenere questa positiva sinergia per diffondere buone pratiche e strategie di sostenibilità.

L'attivazione dei portatori di interesse

Alla Camera di Commercio Como-Lecco oltre al ruolo di finanziatore, la regia per il reclutamento dei portatori di interesse del territorio che attiveranno i modelli di transizione. CCIAA è infatti capofila dal 2018 del PIC (il piano integrato della cultura) e del progetto SMART per la sostenibilità delle aziende. Due reti attive capaci di stimolare alla partecipazione i portatori di interesse coinvolti nelle progettazioni tuttora in corso.

Per garantire l'efficacia della strategia saranno coinvolti ai tavoli di costruzione dei modelli target particolarmente sensibili e innovativi nelle loro attività sul tema ambientale o capaci di rappresentanza dei portatori di interesse (associazioni di categoria, enti territoriali di secondo livello, agenzia di TPL, ente fieristico). Ad essi si affiancheranno alcune associazioni ambientaliste locali capaci di amplificare l'azione di Legambiente e stimolarne la diffusione. Tutti questi selezionati portatori di interesse per i diversi target coinvolti costituiranno LE ANTENNE della transizione e diventeranno un punto di riferimento riconoscibile nel medio lungo periodo investite della missione di diffusione delle buone prassi. Il reclutamento delle ANTENNE è stato agito grazie a call attivate dalle reti attive (PIC e progetto Smart).

Scuola e cittadinanza attiva, prima leva per la consapevolezza “Green”

Una transizione passa attraverso un necessario e inevitabile cambiamento di sensibilità, di consapevolezza del valore del territorio in cui si vive, opera e cresce. Le diverse fasi del progetto portano a mettere a fuoco il bisogno del territorio e le relative azioni che devono portare al cambiamento, un cambiamento che comincerà dal basso, intendendo con questo sia il mondo della scuola e della formazione ma anche dal basso della filiera turistica. Il mondo della scuola sarà coinvolto in una fase di formazione estremamente trasversale che partirà dal valore ambientale del territorio, le sue fragilità e nel contempo le sue caratteristiche e equilibri. La conoscenza di questi aspetti verrà poi declinata, al crescere dell'età del pubblico, con il concetto di territorio, di sviluppo turistico, sviluppo sostenibile e transizione ecologica. Anche la cittadinanza dovrà essere coinvolta in questa “ventata di consapevolezza” grazie a operazioni di coinvolgimento mirate e estremamente innovative. Fondamentale poi che anche gli attori della filiera turistica vengano coinvolti nel cambiamento passando dall'acquisizione di consapevolezza della cultura del territorio, le sue caratteristiche ambientali e le fondamentali pratiche legate alla sostenibilità. Interventi semplici, mirati con obiettivi basilari ma prioritari rispetto ai bisogni emersi dal territorio. Vale la pena permettere a tutto il territorio e ai suoi attori di raggiungere un livello base di consapevolezza di sostenibilità ambientale per rendere certamente più efficaci ulteriori progetti e azioni che facciano tesoro di quanto ottenuto con il prezioso lavoro di sensibilizzazione di questo progetto.

Sostenibilità anche per l'accessibilità e le fragilità sociali

La tematica ambientale sarà il filo conduttore dell'intera progettualità. Ciò non prescindere da una attenzione al tema dell'inclusione sociale dei soggetti fragili anche per le sensibilità storiche dei partner e dei target coinvolti. Sia sul fronte istruzione che culturale sarà dedicato un focus specifico su percorsi “dedicati” ai soggetti fragili per attuare le azioni del progetto. Tale sensibilità costituirà un interessante valore aggiunto nella declinazione pratica delle azioni laddove l'uso dei linguaggi e l'accessibilità agli eventi sarà percepita come inclusiva dell'intera comunità. Nella stessa organizzazione operativa verranno coinvolti soggetti fragili.

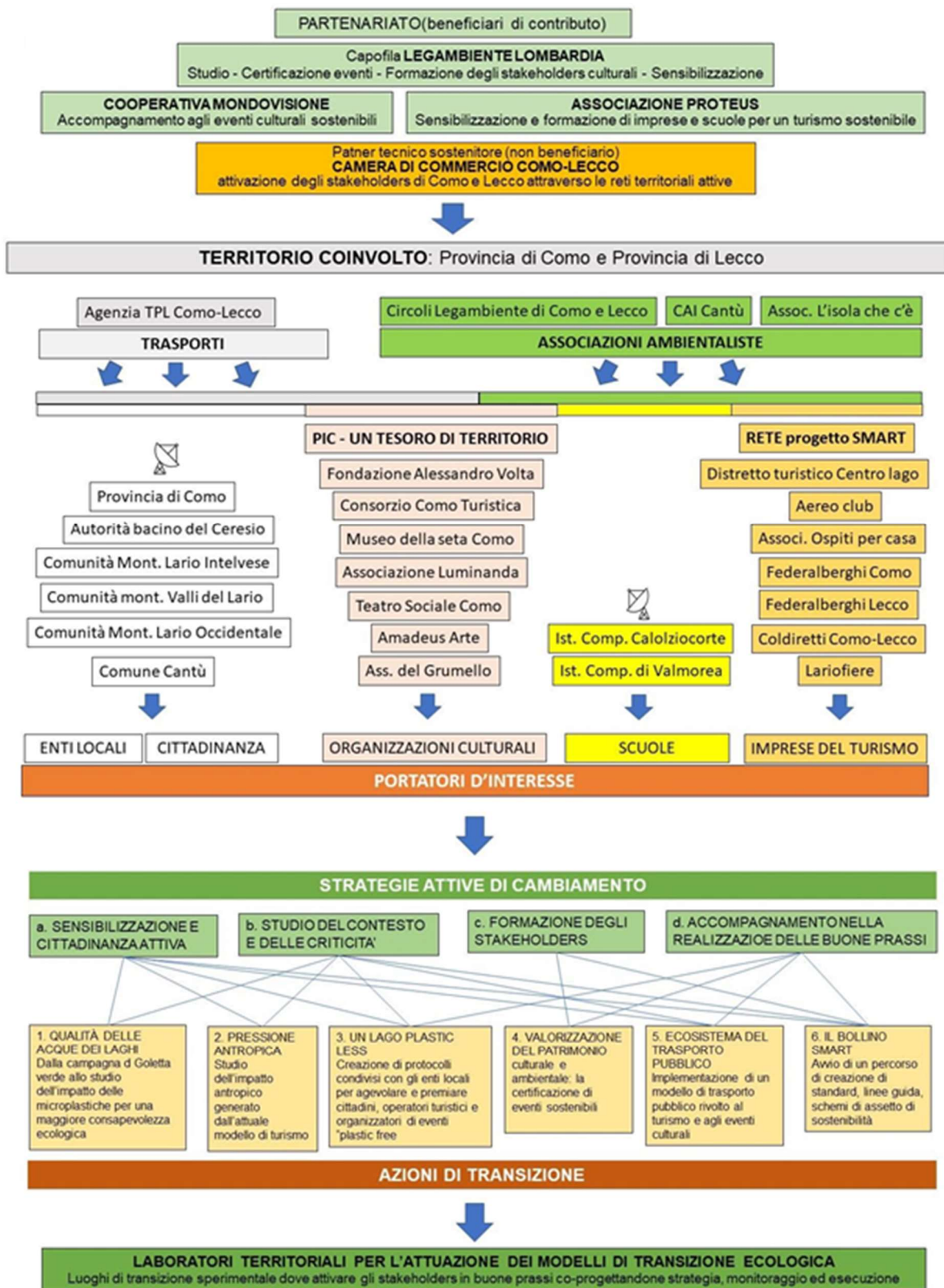
“Messa a terra” dei modelli di transizione ecologica

La strategia di progetto ha come obiettivo finale la “messa a terra” dei modelli di transizione ecologica nei territori a tre livelli in relazione ai portatori d'interesse:

- per gli enti locali “green” si arriverà alla definizione di certificazioni verdi, GPP, forme di incentivazione e agevolazioni fiscali per premiare le azioni virtuose attivate da soggetti operanti nel territorio.
- per gli organizzatori di eventi “green” si predisporranno certificazioni verdi, marchi di sostenibilità, protocolli d'intesa.
- per le imprese e le associazioni locali si promuoveranno forme di marketing territoriale, certificazioni verdi e protocolli d'intesa.

In questo modo il progetto raggiungerà risultati concreti, quantificabili ed evidenti nel comparto turistico e culturale della comunità lariana per essere co-protagonisti della transizione ecologica in atto.

Di seguito lo schema di governance di progetto e la “messa a terra” della strategia:



Azioni

0 - Coordinamento

Questa azione, di carattere trasversale è dedicata al coordinamento e alla supervisione dell'andamento del progetto sia dal punto di vista gestionale che amministrativo. Legambiente, in collaborazione con Mondovisione e Proteus, partner di progetto, monitorerà le varie azioni previste secondo quanto indicato nel cronoprogramma delle attività, curandone il rispetto dei tempi e la buona riuscita dei risultati, valutati in base agli indicatori previsti.

Inoltre Legambiente Lombardia sarà responsabile della gestione amministrativa e contabile del progetto, compresa la necessaria rendicontazione come previsto dalle indicazioni dei Bandi di Fondazione Cariplo. Mondovisione e Proteus si impegneranno a collaborare e a fornire tutti i documenti e i dati richiesti per garantire un corretto rendiconto.

Obiettivi interessati

OB1, OB2, OB3, OB4, OB5, OB6

Soggetti coinvolti

Legambiente Lombardia

Mondovisione

Proteus

Risorse

Legambiente Lombardia, Mondovisione e Proteus impegneranno risorse umane per il coordinamento e la gestione dell'intero progetto.

Partner	€ risorse umane	€ spese correnti	€ totali
Legambiente Lombardia	3.890,00	100,00	3.990,00
Mondovisione	800,00	0,00	800,00
Proteus	1.000,00	0,00	1.000,00
€ totali	5.690,00	100,00	5.790,00

Tempi di realizzazione

Il coordinamento di progetto seguirà fase per fase l'iter di realizzazione, e verrà concluso al termine dei 18 mesi di durata totale delle azioni.

Soggetti beneficiari

- I partner di progetto

Risultati attesi

- Incontri regolari a cadenza trimestrale. Presentazione del progetto e avanzamento annuale alla rete degli stakeholder
- Sistema di M&V efficace attivato e aggiornato regolarmente
- Rendicontazioni puntuali e complete

Griglia di indicatori di descrizione, di valutazione e di monitoraggio

- n. verbali degli incontri
- n. incontri partner di progetto
- n. presentazioni a stakeholder di progetto

1 - Costruzione di modelli di transizione

L'azione 1 rappresenta il cuore del progetto, con la predisposizione di modelli di transizione ecologica condivisi ed elaborati attraverso un processo partecipato di coprogettazione. I partner di progetto, con le loro competenze specifiche coinvolgeranno in questo percorso i portatori d'interesse che fanno parte delle reti territoriali "target".

Il percorso ideato dal partenariato, con il supporto dell'ente finanziatore Camera di Commercio Lecco-Como, consisterà in fasi:

Fase 1 - Individuazione delle emergenze e priorità ambientale del territorio

Prima di attivare il percorso per la definizione di modelli di transizione ecologica saranno individuate le priorità ambientali su cui basare la strategia territoriale coinvolgendo i portatori di interesse e le "Antenne" della transizione. Attraverso un processo partecipativo di condivisione, la selezione delle emergenze ambientali su cui basare i modelli sarà attendibile e coerente con le aspettative dei soggetti coinvolti.

Fase 2 – Ricognizione sulle performance ambientali del territorio

Facendo riferimento all'analisi del bisogno sopra descritta emerge la necessità di svolgere un'indagine ricognitiva sulle buone pratiche già in essere nel territorio di progetto da parte dei portatori d'interesse locali. In tal modo si potrà predisporre un "tempo zero", con dati quantitativi e qualitativi, da cui partire per definire e sperimentare i modelli che saranno elaborati.

Fase 3 - La costruzione dei modelli di transizione

Preliminare all'attivazione dei modelli sul territorio sarà quella della costruzione degli stessi attraverso un processo di progettazione partecipata che coinvolgerà dal basso i portatori di interesse. Obiettivo: rendere esecutivo il piano di azione.

In relazione alle emergenze ambientali individuate nella fase 1 saranno predisposti dei modelli che costituiranno il piano d'azione di transizione ecologica territoriale.

Partendo da alcune sollecitazioni delle comunità alcuni argomenti saranno portati ai tavoli di lavoro: certificazioni verdi per enti locali e organizzazioni del terzo settore per organizzazione di eventi, l'attivazione di pratiche di accoglienza turistica sostenibili (certificazioni verdi) per imprese del turismo ed enti locali, sensibilizzazione del mondo scolastico e della cittadinanza sul piano di azione attraverso attività di formazione e informazione orientate a generare comportamenti virtuosi di cittadinanza attiva.

I partner di progetto, con i propri collaboratori, avranno il ruolo di facilitatori del processo partecipativo e organizzeranno i tavoli di lavoro in base alle loro competenze specifiche. Il progetto descritto nei 2 punti precedenti, parte dal basso ed ha l'obiettivo di far emergere le esigenze delle singole realtà territoriali sia quelle tipiche di un grosso evento (concerto da 3,4 mila persone) che piccoli eventi territoriali. L'impatto viene da prima misurato andando ad analizzare l'intera filiera; comunicazione, fornitori tecnici, allestimenti, impatto acustico e antropico, trasporto, gestione e tipologia dei rifiuti, scelta dei fornitori per la somministrazione di cibo e bevande, campagne in loco per sensibilizzare il pubblico sulla tematica e su comportamenti virtuosi da applicare in altri contesti simili. Creare consapevolezza tra la miriade di attori coinvolti in un evento pubblico è una chiave di transizione molto efficace visto che gli stessi (professionisti, artisti e pubblico) saranno coinvolti in altri eventi simili. L'ideazione delle azioni specifiche, la concretezza, è la fase più stimolante; il processo è appunto quello di co progettazione, supporto e condivisione con l'organizzatore. Spesso la soluzione è infatti semplice, sostenibile e già nelle capacità dell'organizzatore; ad esempio, se pensiamo a una delle numerose sagre e feste di paese, tipiche dei piccoli comuni, l'impatto dovuto alla produzione di rifiuti tipici della somministrazione (confezioni monouso di plastica) può essere azzerato noleggiando le stoviglie o chiedendo al pubblico di portare le proprie. Questa seconda ipotesi coinvolge anche l'utente finale nel processo creando quindi una consapevolezza della comunità e un metodo "diverso" per fruire della festa. Sul grosso evento occorre uno studio dettagliato realizzato a priori; ad esempio lo stesso tema della produzione e gestione dei rifiuti comporta un confronto con l'ente che ha in gestione la raccolta differenziata. L'azione virtuosa di chi si occupa di somministrazione di acquistare bicchieri biodegradabili potrebbe essere vana se l'ente di raccolta non ha la capacità di gestire correttamente il rifiuto (spesso non completamente compostabile). Aspetto molto interessante di queste sperimentazioni, legate alla rete dei soggetti del PIC (Piano Integrato Della Cultura della Provincia di Como), riguarda l'economia di scala; trovata una soluzione la stessa può essere adottata/acquistata da tutti i soggetti legati al PIC; il potere contrattuale della rete territoriale è decisamente maggiore rispetto al singolo. Il contesto territoriale, la visibilità degli eventi e dei soggetti coinvolti ci fanno immaginare ulteriori economie legate a sconti e sponsorizzazioni in cambio di visibilità delle aziende virtuose coinvolte.

Proteus si focalizzerà sulla parte formativa/educativa con i relativi target, includendo le nuove generazioni, come già indicato nell'introduzione dell'azione. Mondovisione si occuperà delle

tematiche legate all'organizzazione di eventi culturali, sopra descritte. Legambiente coordinerà i gruppi di lavoro e porterà la propria competenza per presentare le emergenze ambientali, le sfide e le possibili soluzioni per intraprendere una vera transizione ecologica.

La modalità di lavoro sarà definita in un primo incontro di presentazione e "ingaggio" dei target di progetto, durante il quale si condivideranno obiettivi, aspettative dei partecipanti, cronoprogramma delle attività e metodologie di facilitazione.

In relazione ai risultati di questo primo screening sarà impostato un calendario di incontri, sia in presenza che online, un piano di monitoraggio del percorso e saranno raccolte le disponibilità dei partecipanti a seguire il processo proposto. I partner di progetto si impegneranno a definire il percorso da intraprendere rispettando quanto emerso da questo primo momento partecipativo e rispettando le esigenze dei soggetti coinvolti.

Obiettivi interessati

OB1, OB6

Soggetti coinvolti

Legambiente Lombardia

Mondovisione

Proteus

Risorse

Legambiente Lombardia, Mondovisione e Proteus impegneranno risorse umane e predisporranno strumenti e materiali per la realizzazione dell'azione 1, come da tabella:

Partner	€ risorse umane	€ spese correnti	€ attrezzature	€ materiali di consumo	€ altre spese gestionali	€ totali
Legambiente Lombardia	12.100,00	230,00	0,00	0,00	0,00	12.330,00
Mondovisione	5.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.400,00
Proteus	6.760,00	200,00	400,00	400,00	400,00	8.160,00
totale	24.260,00	430,00	400,00	400,00	400,00	25.890,00

Tempi di realizzazione

L'azione 1 si svolgerà nei primi 6 mesi di progetto, in quanto propedeutica alle azioni 2 e 3

Soggetti beneficiari

- i target sottoscrittori dell'adesione al progetto e alle sperimentazioni previste

Risultati attesi

- realizzazione di almeno 3 modelli di transizione ipotizzando le principali emergenze già evidenziate (rifiuti, acqua, mobilità) dedicati a eventi “green”, certificazioni verdi per enti turistici e culturali del territorio, turismo più sostenibile

Griglia di indicatori di descrizione, di valutazione e di monitoraggio

- n. di soggetti target partecipanti al percorso di costruzione dei modelli
- n. di modelli redatti

2 - Azioni territoriali pilota

La definizione di modelli di transizione ecologica attraverso un percorso di co-progettazione, con momenti di confronto, laboratori formativi e il coinvolgimento dei portatori di interesse locali, mette in rete l'esperienza, la competenza e le relazioni personali dei partecipanti.

A questo punto per rendere i modelli elaborati effettivamente efficaci da diffondere e implementare nel maggior numero di territori, è fondamentale “testarli” attraverso sperimentazioni concrete. Saranno perciò attivate almeno 4 azioni pilota territoriali con le quali si applicheranno i modelli di transizione.

L'individuazione delle comunità locali con le quali avviare la sperimentazione sarà stabilita attraverso un processo trasparente e inclusivo, coerente con quanto emerso dall'azione 1.

A tal proposito sarà lanciata una manifestazione d'interesse rivolta ai portatori d'interesse, facenti parte della rete dei target di progetto, chiedendo candidature per “testare” uno o più modelli di transizione.

La selezione delle 4 azioni pilota sarà definita da una serie di parametri che consentiranno di individuare i soggetti e i territori più adeguati, attraverso la somministrazione ai candidati di questionari e schede tecniche.

In tal modo le scelte saranno ponderate e basate su requisiti in linea con la strategia di progetto. Infatti la costruzione dei modelli di transizione nascerà da percorsi partecipati, non definiti a priori. Se le azioni pilota fossero decise con la presentazione del progetto, potrebbero non essere le più adatte alla sperimentazione di modelli ancora da delineare.

Le aggregazioni degli stakeholder, come “antenne” territoriali, stimoleranno la partecipazione e la candidatura delle comunità locali alla manifestazione d'interesse.

I gruppi di lavoro nati dall'azione 1, mantenendo lo spirito di condivisione e scambio, elaboreranno i parametri e i requisiti da inserire nella manifestazione d'interesse, che verrà pubblicata da Legambiente Lombardia in collaborazione con i partner di progetto.

Le 4 comunità locali selezionate, affiancate da Legambiente, Mondovisione e Proteus, sperimenteranno attività e metodologie di cambiamento verso la sostenibilità e il minor impatto antropico legato al turismo e ad eventi culturali.

In ogni azione pilota sarà redatto un “diario della transizione”, dove documentare, raccogliere osservazioni, foto, immagini, evidenziare criticità e punti di forza dei modelli, ecc. Dato che questo strumento sarà digitale, sarà possibile anche produrre video e interviste.

Per monitorare l'andamento delle azioni pilota saranno organizzati momenti di incontro e scambio tra tutti i soggetti attuatori. In tal modo i partecipanti potranno presentare il proprio "diario della transizione", confrontarsi ed eventualmente trovare insieme soluzioni e nuove idee.

L'ultima riunione sarà dedicata alla valutazione dei risultati raggiunti, con la compilazione di una scheda per verificare l'effettiva applicazione del modello in 4 comunità specifiche.

Per un'efficace messa a terra dei modelli di transizione:

- Un nuovo calendario di eventi sostenibili: l'attivazione del processo di transizione ecologica grazie al progetto Lake
- Green ha già una proiezione di medio periodo nella costruzione in seno al PIC di un calendario unico di eventi sostenibili e certificati. La community del PIC sarà coinvolta nella progettazione di un cartellone innovativo e di un festival della sostenibilità per sperimentare sul campo sempre più importanti occasioni di eventi ecosostenibili. Per questo sarà lanciata una call per candidare il nuovo progetto che nascerà a seguito dell'attivazione di EFFETTO ECO sul bando di Fondazione Comasca delle cosiddette emblematiche minori. Un modello di ripartenza post covid per il rilancio della cultura in chiave green.

Camera di Commercio per le certificazioni verdi d'impresa: la messa a terra dei modelli di transizione ecologica sarà ulteriormente favorita da Camera di Commercio che nel 2022 pubblicherà un bando per assegnare alle imprese del turismo voucher di sostegno al finanziamento di certificazioni verdi costruendone i contenuti grazie al contributo dei tavoli di co-progettazione.

Obiettivi interessati

OB2, OB6

Soggetti coinvolti

Legambiente Lombardia

Mondovisione

Proteus

Risorse

Legambiente Lombardia, Mondovisione e Proteus impegneranno risorse umane e realizzeranno materiali a supporto dell'attuazione dell'azione come da tabella:

Partner	€ personale	€ spese correnti	€ attrezzature	€ materiali di consumo	€ totali
Legambiente Lombardia	9.620,00	200,00	0,00	1.000,00	10.820,00

Mondovisione	2.800,00	0,00	1.500,00	0,00	4.300,00
Proteus	570,00	0,00	0,00	0,00	570,00
totali €	12.990,00	200,00	1.500,00	1.000,00	15.690,00

Tempi di realizzazione

L'azione 2 si svolgerà a partire dal settimo mese di progetto e si svilupperà per i successivi 6 mesi.

Soggetti beneficiari

- i target sottoscrittori dell'adesione che sono stati selezionati dalla manifestazione di interesse come azioni territoriali pilota.

Risultati attesi

- Individuazione di 4 azioni pilota
- Applicazione dei modelli di transizione nelle 4 azioni pilota
- Redazione di 4 "diari della transizione"
- Organizzazione di almeno 4 incontri tra azioni pilota
- Attuazione della transizione ecologica con impatti positivi dell'applicazione dei modelli con una scheda di valutazione (migliore gestione dei rifiuti, miglior mobilità, eventi più sostenibili, ecc)

Griglia di indicatori di descrizione, di valutazione e di monitoraggio

- n. candidature alla manifestazione d'interesse
- n. azioni pilota
- n. incontri realizzati
- dati relativi all'efficacia del modello (scheda valutazione)

3 - Testimonial di modelli di transizione

A seguito dell'applicazione dei modelli di transizione ecologica in 4 azioni territoriali pilota, i protagonisti di queste sperimentazioni di stili di vita, di pianificazione territoriale, di gestione di eventi più "green", diventano veri e propri "testimonial" delle esperienze vissute nel processo di cambiamento.

I diversi portatori d'interesse coinvolti diventano ambasciatori di buone pratiche verso altri soggetti del territorio.

Attraverso le loro testimonianze dirette sarà possibile promuovere i modelli condivisi elaborati nella fase di co-progettazione iniziale, mettendo in luce sia gli aspetti vincenti che gli aspetti più critici, opportunità e difficoltà emerse, con le soluzioni trovate per risolverle.

Le “antenne” del territorio, che rappresentano i target di progetto, fungeranno da effetto volano nella promozione della sperimentazione e applicazione dei modelli nei confronti di altri soggetti locali.

Tale attività di disseminazione sarà realizzata attraverso momenti di restituzione e confronto, sfruttando anche eventi e iniziative di incontro delle reti dei portatori di interesse, quali assemblee annuali, riunioni periodiche e meeting tematici. Durante questi eventi saranno presentati i risultati raggiunti in termini ecologico, culturali ed economici, evidenziando potenzialità e criticità, rappresentate da un'analisi “SWOT”.

Il progetto in questo caso svolgerà un'attività di “porta a porta” della diffusione delle buone pratiche coinvolgendo le “antenne” territoriali con la loro rete relazionale di target specifici. Inoltre saranno diffusi interviste e documentari realizzati nelle azioni pilota (Azione 2) attraverso i canali di comunicazione dei partner e dei target di progetto. I “testimonial” saranno anche protagonisti di spot e video promozionali, nei quali lanceranno messaggi e slogan agli altri portatori d'interesse.

Grazie all'approccio “peer education”, tale azione sarà in grado di dimostrare la fattibilità di attuazione di una strategia di transizione locale, con la consapevolezza di poter attuare un cambiamento positivo per conseguire una sostenibilità ambientale che possa convivere con lo sviluppo culturale ed economico territoriale.

Obiettivi interessati

OB3, OB6

Soggetti coinvolti

Legambiente Lombardia

Mondovisione

Risorse

Legambiente Lombardia, Mondovisione e Proteus impegneranno risorse umane per accompagnare i testimoni delle azioni pilota in un percorso di disseminazione delle buone pratiche realizzate come da tabella:

Partner	€ risorse umane	€ spese correnti	€ materiali di consumo	€ totali
Legambiente Lombardia	3.780,00	200,00	200,00	4.180,00
Mondovisione	600,00	0,00	300,00	900,00
Proteus	0,00	0,00	0,00	0,00
€ totali	4.380,00	200,00	500,00	5.080,00

Tempi di realizzazione

L'azione 3 si svolgerà negli ultimi 3 mesi di progetto, in quanto rappresenta la fase conclusiva di restituzione delle azioni 1 e 2.

Soggetti beneficiari

- i target sottoscrittori dell'adesione al progetto e alle sperimentazioni previste
- i soggetti selezionati per le azioni pilota
- ulteriori portatori d'interesse, aderenti alle reti territoriali

Risultati attesi

- Organizzazione di almeno 4 incontri delle reti "antenne" con i "Testimonial"
- Realizzazione di almeno 2 spot "testimonial"
- Realizzazione di almeno 2 video promozionali
- Diffusione dei materiali di disseminazione sui canali dei partner e dei target

Griglia di indicatori di descrizione, di valutazione e di monitoraggio

- n. di incontri con le reti "antenne"
- n. di spot realizzati
- n. di video realizzati
- n. canali di comunicazione utilizzati

4 - Monitoraggio e valutazione

I partner di progetto si impegneranno a creare percorsi di monitoraggio specifici per le diverse azioni e fasi del progetto. In particolare sarà predisposto, grazie alle competenze dei partner, un percorso di valutazione delle azioni di progetto ai fini di individuare e stimare gli effetti positivi che lo stesso ha prodotto in termini ambientali, culturali e sociali.

Il monitoraggio sarà basato su un sistema di indicatori associati ai risultati attesi di progetto, che includerà:

- indicatori di processo (ad. es. n. di eventi "green" realizzati, n. di newsletter e articoli pubblicati, n. di persone formate, n. di persone coinvolte negli eventi, n. di candidature per le azioni pilota, ecc.);
- indicatori di performance (n. di bottiglie di plastica acquistate/vendute, n. di stoviglie compostabili acquistate/utilizzate, ecc.);
- indicatori di impatto ambientale (kg di rifiuti evitati, kg di CO₂ evitata, ecc.).

Le modalità di realizzazione dell'attività di monitoraggio saranno definite nel dettaglio nella fase iniziale del progetto, attraverso la redazione di un apposito **programma di monitoraggio**, nell'ambito del quale saranno specificate le tipologie di dati da acquisire, le modalità di acquisizione e i relativi tempi (precedenti e successivi alla realizzazione delle azioni di progetto), le modalità di calcolo degli indicatori e di restituzione dei risultati.

L'acquisizione e la rielaborazione dei dati di monitoraggio sarà gestita attraverso procedure, *check list* e fogli di calcolo semplificati che saranno individuati e condivisi con i diversi soggetti. Gli indicatori di monitoraggio più significativi saranno raccolti in **schede di sintesi** da utilizzare a supporto delle attività di comunicazione relative alla disseminazione dei risultati di progetto previste nell'azione 3 e 5. Gli strumenti di raccolta dati saranno il più possibile semplici, rapidi e interattivi, adeguati per gli attori coinvolti nel progetto, molto eterogenei e diversificati. Per questo si studieranno formati e formule sia tradizionali che digitali per intercettare il maggior numero di risposte dal territorio. Inoltre i target di progetto, che già parteciperanno alla co-progettazione dei modelli di transizione ecologica, collaboreranno alla predisposizione di tali strumenti. Il documento di monitoraggio e valutazione condiviso permetterà di valutare l'efficacia delle azioni proposte e sperimentate in termini di sostenibilità ambientale, economica, culturale e sociale.

In tal modo sarà possibile promuovere la replicabilità delle azioni ritenute più strategiche in altri contesti territoriali e sociali.

Inoltre saranno anche presentati stati di avanzamento del progetto ai portatori di interesse del progetto, rappresentanti delle reti locali dei territori coinvolti con la seguente cadenza: all'inizio delle attività con la presentazione del progetto (obiettivi, azioni, pianificazione), a metà del progetto per una presentazione dello stato di avanzamento e monitoraggio delle attività, alla fine del progetto con la presentazione dei risultati conseguiti e valutazione.

In tal modo sarà possibile restituire *in itinere* i risultati delle azioni di progetto al territorio e condividere insieme criticità e potenzialità.

Il processo di partecipazione locale con le comunità e gli attori sostenitori, che sono l'anima dei contenuti e i responsabili del mantenimento dell'azione nel tempo, è fondamentale. Grazie a questo percorso di monitoraggio e valutazione si potrà arrivare a individuare modelli replicabili, una raccolta di *best practice* da diffondere in nuovi contesti.

INDICATORI DI VALUTAZIONE PER LE SINGOLE AZIONI

Azione 0	<ul style="list-style-type: none"> ● n. verbali degli incontri ● n. incontri partner di progetto ● n. presentazioni a stakeholder di progetto
Azione 1	<ul style="list-style-type: none"> ● n. di soggetti target partecipanti al percorso di costruzione dei modelli ● n. di modelli redatti
Azione 2	<ul style="list-style-type: none"> ● n. candidature alla manifestazione d'interesse ● n. azioni pilota ● n. incontri realizzati ● dati relativi all'efficacia del modello (scheda valutazione)

Azione 3	<ul style="list-style-type: none"> ● n. di incontri con le reti “antenne” ● n. di spot realizzati ● n. di video realizzati ● n. canali di comunicazione utilizzati
Azione 4	<ul style="list-style-type: none"> ● n. informazioni raccolte per ogni singola azione ● n. schede di sintesi elaborate ● n. di incontri realizzati di presentazione degli stati di avanzamento
Azione 5	<ul style="list-style-type: none"> ● n. uscite stampa ● n. post social media ● n. eventi organizzati ● n. partecipanti agli eventi organizzati

Obiettivi interessati

OB4

Soggetti coinvolti

Legambiente Lombardia

Mondovisione

Proteus

Risorse

Legambiente Lombardia, Mondovisione e Proteus impegneranno risorse umane per lo svolgimento delle attività di monitoraggio e utilizzeranno materiali digitali e non durante gli incontri di stato di avanzamento, come da tabella:

Partner	€ risorse umane	€ spese correnti	€ materiali di consumo	€ totali
Legambiente Lombardia	3.980,00	150,00	500,00	4.630,00
Mondovisione	600,00	0,00	0,00	600,00
Proteus	630,00	0,00	0,00	630,00
€ totali	5.210,00	150,00	500,00	5.860,00

Tempi di realizzazione

L'azione 4 si svilupperà a partire dalle prime fasi di progetto fino alla sua conclusione, in quanto azione trasversale di monitoraggio

Soggetti beneficiari

- i partner di progetto
- le reti territoriali

Risultati attesi

- redazione di un piano di monitoraggio condiviso
- predisposizione di schede di sintesi da aggiornare periodicamente con dati sull'impatto ambientale delle azioni di progetto
- organizzazione di almeno 3 eventi di presentazione degli stati di avanzamento

Griglia di indicatori di descrizione, di valutazione e di monitoraggio

- n. informazioni raccolte per ogni singola azione
- n. schede di sintesi elaborate
- n. di incontri realizzati di presentazione degli stati di avanzamento

5 - Piano della comunicazione

La comunicazione, in questo specifico progetto, non è a supporto delle iniziative ma risulta uno dei **modelli necessari per ampliare la competenza degli stakeholder e divulgare azioni concrete**. Fondamentale sarà quindi rinnovare l'immagine, la reputazione social e le competenze degli operatori rispetto ai canali di comunicazione. Il tutto con un approccio sinergico che sia in grado di valorizzare le peculiarità delle singole realtà e degli operatori che compongono il mondo variegato illustrato nel progetto. Questo approccio ci fa immaginare la quasi assenza di materiale di comunicazione "standard" come volantini e flyer di progetto, se non legati a pochissime iniziative. Questo è un aspetto che abbiamo valutato anche in merito al bassissimo impatto ambientale che vuole avere il progetto.

All'inizio del progetto sarà predisposto un piano della comunicazione specifico che comprenderà i tradizionali mezzi di comunicazione e disseminazione, quali conferenze e comunicati stampa, servizi giornalistici, link sui siti dei partner di progetto, mailing list, materiali cartacei limitati e specifici, eventi e manifestazioni. Per rendere più efficace l'azione nel piano della comunicazione saranno previste anche iniziative di partecipazione diretta e attiva della cittadinanza, inserendo la diffusione dei risultati raggiunti e le testimonianze dei protagonisti delle azioni pilota nella programmazione delle iniziative della campagna storica di sensibilizzazione di Legambiente "Goletta dei Laghi". Goletta dei Laghi rappresenta un momento di promozione e presentazione di buone pratiche nella gestione delle acque lacustri italiane, al contempo di consapevolezza delle criticità ancora presenti nei territori che si affacciano sui laghi.

Inoltre saranno promosse iniziative di citizens' engagement quali Call to action: una fase della comunicazione sarà attivata tramite call to action rivolte agli utenti; piccole richieste con un

possibile premio destinate a accendere un faro sulla tematica. Nel caso degli eventi, ad esempio, uno sconto sul biglietto per chi arriva in bici o con i mezzi pubblici.

In particolare saranno coinvolti i target della strategia di transizione, come organizzatori di eventi,, personale di strutture ricettive, per renderli **“Operatori social”**. Proporremo dei corsi di comunicazione social, tenuti da professionisti della comunicazione di Mondovisione, supportati da influencer e professionisti esterni. Durante i corsi saranno presentate le tecniche base di comunicazione, social media management e storytelling, e saranno inoltre presentate best practice, testimonianze e suggerimenti da parte di professionisti del settore. Lo scopo sarà quello di fornire la conoscenza degli elementi base dei social media, oltre alla comprensione di modelli di comunicazione da adottare per la gestione dei social.

Le lezioni saranno anche registrate in modo da creare dei tutorial per chi non sarà coinvolto nella fase sperimentale prevista dal progetto. Al termine delle lezioni teoriche sarà previsto un appuntamento presso le location individuate (albergo, teatro, parco ecc.) per un aiuto sul campo. L’obiettivo primario rimane quello di rendere l’operatore in grado di comunicare in maniera efficace le soluzioni adottate e le regole per l’utenza.

Il piano di comunicazione definirà l’immagine del progetto, individuerà i target e i messaggi chiave e provvederà alla variazione della comunicazione in relazione ai destinatari e ai contenuti dei messaggi chiave, individuando i mezzi più idonei per comunicare e informare.

Il ruolo fondamentale nella campagna di comunicazione del progetto sarà giocato dalla segnaletica presente in location e dai messaggi diffusi sui vari media; per questo risulta fondamentale la creazione di un’immagine coordinata facilmente declinabile. Logo, palette colore, font; tutti elementi che possano caratterizzare il processo nella concretezza; dall’indicazione dei contenitori della raccolta differenziata ai festival, al marchio di un’avvenuta transizione di un Comune, all’indicazione plastic free di un albergo.

Con la collaborazione degli *stakeholders* coinvolti le diverse occasioni di comunicazione (eventi, social, conferenze stampa, corsi) rappresenteranno delle vere e proprie opportunità di disseminazione dell’attività svolta attraverso una descrizione degli obiettivi e delle azioni tale che possa raggiungere il grande pubblico e non solo gli addetti ai lavori (enti pubblici e associazioni).

Infine **“la narrazione del progetto”**, con la documentazione e il racconto dei processi di transizione sperimentati, a partire dai tavoli di coprogettazione, con le sperimentazioni, narrate tramite video, foto, podcast ecc diventa quindi una forma di tutorial per attivare altre sperimentazioni o avvicinare soggetti interessati al cambiamento. Questo materiale certifica inoltre, nei confronti dell’utente finale, la bontà del processo e le effettive misure messe in campo.

Obiettivi interessati

OB5

Soggetti coinvolti

Legambiente Lombardia

Mondovisione
Proteus

Risorse

Legambiente Lombardia, Mondovisione e Proteus impegneranno risorse umane e predisporranno materiali divulgativi per la comunicazione dei risultati di progetto, come da tabella. A coadiuvare il processo di narrazione del progetto lo staff del PIC composta da un project manager e due animatori di territorio e dieci volontari del servizio civile universale.

Partner	€ risorse umane	€ spese correnti	€ materiali di consumo	€ totali
Legambiente Lombardia	6.950,00	100,00	1.000,00	8.050,00
Mondovisione	2.500,00	0,00	500,00	3.000,00
Proteus	1.640,00	0,00	0,00	1.640,00
€ totali	11.090,00	100,00	1.500,00	12.690,00

Tempi di realizzazione

L'azione 5 si svilupperà a partire dalle prime fasi di progetto fino alla sua conclusione, in quanto azione trasversale di comunicazione del progetto e dei risultati conseguiti

Soggetti beneficiari

- i partner di progetto
- le reti territoriali
- pubblico generale

Risultati attesi

- redazione di un piano della comunicazione esaustivo
- costituzione di un gruppo comunicazione dedicato
- organizzazione di un corso di formazione per "operatori social"
- uscite sui canali di comunicazione territoriali
- utilizzo di social media
- organizzazione di almeno 4 "call to action"
- organizzazione di almeno 4 eventi pubblici durante la Goletta dei Laghi

Griglia di indicatori di descrizione, di valutazione e di monitoraggio

- n. uscite stampa

- n. post social media
- n. eventi organizzati
- n. partecipanti agli eventi organizzati

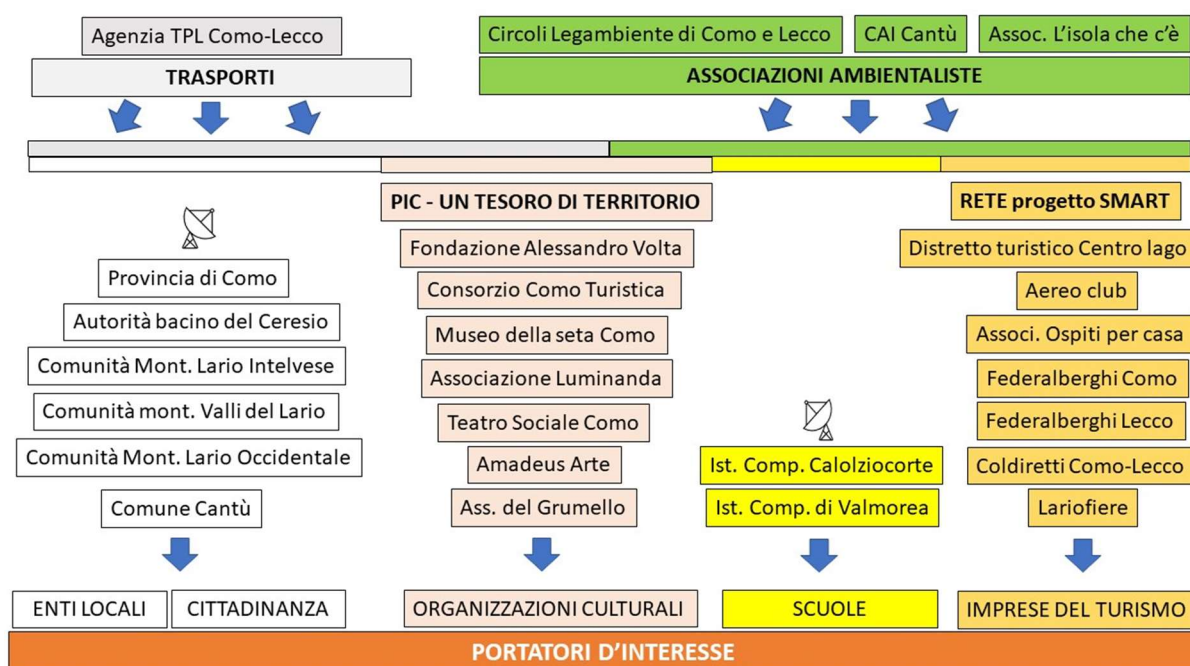
Cronoprogramma

Il progetto si svilupperà dal 1 novembre 2021 al 30 aprile 2023 per una durata di 18 mesi

mesi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr
Az.0																		
Az.1																		
Az.2																		
Az.3																		
Az.4																		
Az.5																		

Target di progetto

Come descritto nella strategia “saranno coinvolti ai tavoli di costruzione dei modelli target particolarmente sensibili e innovativi nelle loro attività sul tema ambientale o capaci di rappresentanza dei portatori di interesse (associazioni di categoria, enti territoriali di secondo livello, agenzia di TPL, ente fieristico). Ad essi si affiancheranno alcune associazioni ambientaliste locali capaci di amplificare l’azione di Legambiente e stimolarne la diffusione”. La selezione dei target-ANTENNA è stata agita in fase di costruzione del progetto attraverso l’attivazione delle reti attive di CCIAA (PIC, Progetto Smart, Cabina di regia turismo-cultura). Per ogni tipologia di target sono stati selezionati soggetti di riferimento secondo lo schema seguente:



Alcune “Antenne” eccellenze del territorio

Le organizzazioni di rappresentanza per la costellazione delle imprese del turismo e quelle di secondo livello per gli enti locali sono intuitivamente funzionali all’attivazione dei modelli per la loro prossimità e vicinanza funzionale ai portatori di interesse di riferimento. Preme descrivere invece alcune peculiarità delle ANTENNE identificate per l’ambito culturale e ambientale per la loro eccellenza progettuale.

L’ISOLA CHE C’E’ - *L’isola che c’è* è un’associazione di promozione sociale nata nel 2005 per rappresentare la **Rete comasca di economia solidale** e s’ispira ai valori della “Carta dei Criteri delle Reti di Economia Solidale”: la giustizia e la sostenibilità sociale, la sostenibilità ecologica, la valorizzazione della dimensione locale e delle relazioni, la partecipazione attiva e democratica ai processi economici e sociali. L’Associazione coinvolge molti soggetti del territorio con la finalità di costruire un sistema locale di relazione e di scambio basato su stili

di produzione, di consumo e di vita sostenibili, solidali e di qualità e collabora quotidianamente con le amministrazioni locali, che insieme ai cittadini e ai soggetti di economia solidale sono i suoi interlocutori privilegiati. *L'isola che c'è* agisce attraverso la facilitazione di rete, la promozione della sostenibilità e la progettazione partecipata ed è attiva in diversi ambiti, in particolare si occupa di **consumo responsabile** e di **filiera corta**, soprattutto nel settore agricolo-alimentare e in quello energetico, e di **rifiuti**, specialmente con proposte di riciclo e riuso e di baratto. Tra le principali attività di promozione citiamo la "Fiera L'isola che c'è", giunta nel 2021 alla sua diciassettesima edizione. Dal 2004 si svolge ogni settembre nel Parco Comunale di Villa Guardia (CO) e attira migliaia di visitatori. La manifestazione, realizzata insieme a CSV *Insubria* e Cooperativa *Ecofficine*, nasce per mettere in mostra solidarietà, sostenibilità e filiere corte locali e propone un format consolidato con un programma ricco di iniziative per adulti e bambini: due giorni di esposizione, incontri, dibattiti, seminari, laboratori, degustazioni, animazioni, musica e ristorazione biologica e locale. Grazie alla collaborazione con la Cooperativa *Ecofficine*, che ha intrapreso il percorso di certificazione per l'organizzazione di eventi sostenibili, la Fiera dal 2021 è un evento realizzato secondo la norma UNI ISO 20121:2013.

FONDAZIONE VOLTA - Fondazione Alessandro Volta, per la promozione dell'Università, della ricerca scientifica, dell'alta formazione e della cultura è una realtà del tutto originale nel panorama italiano e internazionale, unisce a un'intensa attività di organizzazione di scuole, seminari, convegni scientifici ed iniziative culturali una funzione di collegamento del mondo accademico e della ricerca con il tessuto culturale, economico e sociale del territorio. Secondo quanto previsto dallo Statuto, la missione della Fondazione Alessandro Volta si sviluppa concretamente attorno ai seguenti ambiti di intervento:

- Promozione di percorsi di alta formazione, sviluppo della cooperazione scientifica internazionale ed organizzazione di iniziative di alto profilo scientifico, in collaborazione con Università ed organismi nazionali ed internazionali, allo scopo di favorire ed attrarre nel territorio, il dibattito internazionale, l'elaborazione culturale e la comunicazione scientifica tra esperti del settore.
- Sviluppo degli insediamenti universitari e di alta formazione, promozione e adeguamento della ricerca scientifica e applicazione dei risultati della ricerca al tessuto economico, produttivo e sociale del territorio, con particolare riferimento alle Imprese e la Pubblica Amministrazione.
- Diffusione, promozione e sviluppo culturale e educativo dei cittadini comaschi con la valorizzazione del patrimonio del territorio, della sua storia e della sua identità.
- Valorizzazione della figura di Alessandro Volta e della cultura di sviluppo sostenibile, prendendo spunto dal genio e dal valore del concittadino comasco per attualizzarlo a rendere consapevole ed educare al rispetto del patrimonio naturale rendendolo a misura d'uomo.

CONSORZIO COMO TURISTICA – Da oltre vent’anni propone e attua sul territorio eventi di promozione e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale in un’ottica di innovazione. Ultimo progetto il Lake Como Christmas light con 34 borghi rivieraschi coinvolti nella costruzione di un itinerario di installazioni luminose per oltre 80 punti di attrazione. Un nuovo modo di promuovere la bellezza del paesaggio e la sua fruibilità attraverso lo sfruttamento delle vie d’acqua. E’ sul filone acqua e luce che il consorzio sta sperimentando un nuovo modello di evento sostenibile seppur di grande impatto.

MUSEO DELLA SETA E ASSOCIAZIONE LUMINANDA – Le due organizzazioni culturali, grazie alla collaborazione nata in seno al PIC, stanno sperimentando percorsi di visita capaci di coinvolgere pubblici con particolari fragilità. L’impegno dell’associazione Luminanda è da sempre orientato alla costruzione di proposte culturali partecipate. Il Museo della seta rappresenta un caposaldo della storia industriale e sociale del territorio ed è impegnato nella ricerca di nuove proposte per la fruizione dei suoi contenuti e il coinvolgimento di nuovi pubblici.

TEATRO SOCIALE DI COMO – Istituzione storica che vanta produzioni artistiche di livello internazionale. La nuova presidente, Simona Roveda, cofondatrice di Lifegate, ha dato un deciso impulso verso la sperimentazione di nuovi modelli di eventi sostenibili e attenti alla trasmissione dei valori della transizione ecologica.

AMADEUS ARTE E ASSOCIAZIONE DEL GRUMELLO – Entrambi i sodalizi culturali promuovono ed organizzano festival diffusi valorizzando i luoghi del paesaggio, della natura e dell’arte. Un modello di evento ecosostenibile e di alta qualità capace di far incontrare il pubblico in luoghi diversamente non frequentabili da grandi folle. Decine sono gli eventi proposti nella stagione estiva. Amadeus è specializzata in musica classica, utilizzando anche tecnologie innovative di ascolto in cuffia; l’associazione del Grumello anima il parco nell’omonima villa a Como lungo il Chilometro della conoscenza, un percorso naturalistico di altissimo pregio che dalla Villa dell’Olmo conduce a quella del Grumello, dove ha sede anche la Fondazione Alessandro Volta. Un format che sperimenta nuove modalità di partecipazione e protagonismo del pubblico alle proposte culturali “fuori orario”, in location unconventional.

Sostenitori del progetto

- Circolo Legambiente Lecco
- Circolo Legambiente Como

Presentazione dei partner di progetto

Legambiente Lombardia

Legambiente Lombardia è l'associazione dei circa 85 circoli, è giuridicamente riconosciuta da Regione Lombardia come organizzazione di secondo livello, e costituisce a tutti gli effetti l'articolazione regionale dell'Associazione nazionale Legambiente ONLUS di cui condivide natura, origine e missione. Legambiente è un'associazione di cittadini accomunati dalla passione per il vivente e per un ambiente sano, è uno spazio di relazioni tra persone protagoniste di cambiamento nella loro comunità, ed è organizzazione che pratica il coinvolgimento volontario e la responsabilità dei cittadini verso il bene comune. In quanto organizzazione ambientalista, Legambiente si fa carico della complessità delle relazioni ecologiche, economiche e sociali tra persone, comunità, territorio, risorse naturali. Legambiente sviluppa iniziative e campagne per l'informazione e sensibilizzazione sui problemi dell'inquinamento: Goletta Verde, Treno Verde, Mal'aria, Operazione Fiumi - Big Jump ogni anno 'fotografano' lo stato di salute del mare italiano, la qualità dell'aria e l'inquinamento acustico nelle città, le condizioni di inquinamento e cementificazione dei fiumi, affiancando comunicazione e azione collettiva. Legambiente promuove anche grandi appuntamenti di volontariato ambientale che coinvolgono ogni anno centinaia di migliaia di persone (Clean up the world/Puliamo il Mondo, Spiagge Pulite, i campi estivi di volontariato ambientale) ed è fortemente impegnata per diffondere l'educazione ambientale nelle scuole e nella società. Di primaria importanza inoltre le iniziative volte alla tutela e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale italiano, come Salvalarte e Voler Bene all'Italia.

In Lombardia l'associazione ha da sempre sviluppato propri specifici filoni di riflessione e di attività, in genere successivamente rilanciati anche a livello nazionale, dove si inseriscono le campagne sulla tutela dello spazio alpino (Carovana delle Alpi) e dei grandi laghi insubrici (Goletta Laghi). Storico è l'impegno in attività di denuncia dell'inquinamento dei fiumi, a cui è seguito l'impegno attivo per la promozione dei territori rivieraschi anche con produzione di materiali video. Scuola e Formazione sono altri obiettivi privilegiati di impegno e collaborazione con le comunità scolastiche. Caposaldo dell'impegno di Legambiente in Lombardia è inoltre il tema del suolo e del suo consumo ed uso sostenibile, a cui l'associazione ha dedicato molte iniziative di approfondimento a partire dai primi anni 2000.

Mondovisione società cooperativa sociale onlus (partner)

Si occupa di progettazione e gestione di servizi educativi e aggregativi quali Centri polifunzionali, Sale Prova, Centri di Aggregazione Giovanile, Informagiovani. Progettazione e gestione di interventi di prevenzione e sensibilizzazione in contesti formali, informali e nei luoghi del divertimento. Organizzazione di eventi culturali e festival (musica, teatro, cinema, arti visive) pensati e organizzati a partire dagli stimoli e dalle idee provenienti dagli interlocutori del territorio e principalmente dai giovani. Gestione di luoghi di cultura (teatri, sale polivalenti, centri espositivi) come elementi di incontro, confronto e partecipazione per

l'intera comunità. Gestione e promozione di corsi di musica, foto, video, rivolti a preadolescenti, giovani e adulti aventi la finalità di valorizzare le risorse creative in contesti aggregativi e finalizzati allo scambio di esperienze e competenze. Organizzazione e promozione di eventi di sensibilizzazione in collaborazione con altri soggetti del terzo settore e associazionismo. Organizzazione e gestione di percorsi formativi in ambito audio e video aventi finalità professionalizzanti e di inserimento in ambito lavorativo.

- MONDOVISIONE PER LKG – La cooperativa sarà punto di riferimento per il progetto LKG per accompagnare le organizzazioni culturali nell'organizzazione di produzioni sostenibili e certificabili coinvolgendo attraverso il PIC alcune eccellenze nella fase di costruzione del modello e quindi nella sua applicazione pratica.

Proteus (partner)

Il Centro di Didattica Ambientale Proteus nasce nel 1999 a Como con l'intento di proporsi come punto di riferimento in ambito locale per progetti di studio e di comunicazione nel campo del Turismo sostenibile, dell'Educazione ambientale, della Divulgazione naturalistica e scientifica. Benché le sue radici siano strettamente radicate al territorio insubrico, il Centro sviluppa progetti e attività didattiche in ambito nazionale ed internazionale incentivando lo studio, la conoscenza e la tutela dell'ambiente inteso come ricchezza da conservare e risorsa da promuovere. Il team è formato da professionisti che hanno maturato una pluriennale esperienza nell'ambito dell'educazione ambientale, dell'insegnamento, della ricerca scientifica, della divulgazione e della comunicazione ambientale. La caratteristica principale di Proteus è quella di associare ai contenuti rigorosamente scientifici un linguaggio divulgativo lineare e accessibile a tutti. Proteus si rivolge ad ogni fascia d'età, in diversi contesti quali quello scolastico, quello delle università, delle associazioni culturali, della formazione e dell'ecoturismo, promuovendo attività che incentivano la conoscenza degli aspetti naturali e culturali, in particolare del territorio lariano, insubrico e lombardo.

- PROTEUS PER LKG – Proteus sarà punto di riferimento per le attività di sensibilizzazione e formazione del progetto LKG rivolte al mondo della formazione e istruzione in stretta collaborazione con gli uffici scolastici territoriali

Ente finanziatore

Camera di Commercio di Como e Lecco

La strategia di Camera di Commercio di Como e Lecco è orientata a stimolare e sostenere lo sviluppo armonico e sostenibile delle filiere di cultura e turismo cardine della trasformazione del tessuto economico delle due province di riferimento. CCIAA ha coordinato la formazione di due partenariati aggregatisi dal 2018 per beneficiare di importanti finanziamenti comunitari in tema di sostenibilità d'impresa (Progetto Smart) e creazione di un distretto culturale (Piano integrato della cultura UN tesoro di territorio). Saranno proprio queste due reti attive, capaci di aggregare e coinvolgere decine di partners, ad attivare gli stakeholders per l'attuazione del progetto LKG. In particolare CCIAA promuoverà il rilancio del PATTO PER IL LAGO, nato per la

creazione di un modello di sostenibilità dell'ecosistema lacustre in relazione all'impatto antropico e allo sviluppo prepotente del comparto turistico-culturale.

- PIC – UN TESORO DI TERRITORIO (www.picuntesoroditerritorio.it) - Regione Lombardia ha promosso e sostenuto la realizzazione sul territorio di progetti integrati di sviluppo culturale, adottando lo strumento dei Piani Integrati della Cultura (legge regionale 7 ottobre 2016, n. 25 “Politiche regionali in materia culturale – Riordino normativo”) attraverso i quali intende promuovere la progettualità culturale strategica in forme integrate e multisettoriali che richiedono il coordinamento tra soggetti pubblici e privati. A partire dal 2018 Camera di Commercio Como-Lecco, allora divisa in due Camere di Commercio per singole province, ha iniziato con decine di partner del territorio (ad oggi sono oltre ottanta) un percorso di coprogettazione per creare un distretto culturale in attuazione alla legge regionale e sostenere il primo programma biennale del costituendo piano integrato denominato UN TESORO DI TERRITORIO. Il PIC Iariano è risultato primo in graduatoria. Nel biennio 2021/22 ha dunque iniziato l'attuazione del piano con un investimento che supera il milione di euro. Il PIC nasce per diventare esperienza di governo sostenibile e scalabile per le attività e il patrimonio culturale del territorio in coerenza con gli obiettivi di valorizzazione dei beni materiali e immateriali anche in un'ottica di integrazione con le dinamiche del turismo a vocazione culturale. Gli oltre 80 aderenti (di cui il 50% enti locali sotto i 5mila abitanti) si riconoscono in una governance operativa e di progettazione strategica sostenuta da uno staff coordinato da un manager, due animatori di territorio e 10 volontari del servizio civile universale grazie alla partnership con ANCI Lab Lombardia. Tra i partner anche ASF (gestore del TPL locale), l'autorità di bacino del Lario, Lariofiere, Diocesi di Como, Provincia di Como, Comonext per implementare modelli efficaci e innovativi di gestione del patrimonio culturale. o IL PIC PER LAKE COMO GREEN – Il Pic sarà parte attiva del progetto LKG coordinando il reclutamento e il coinvolgimento dei partner interessati alla costruzione dei modelli di transizione ecologica in ambito culturale e alla loro successiva disseminazione sul territorio di pertinenza del progetto.

- SMART – STRATEGIE sostenibili e MODELLI di AZIENDE RESPONSABILI nel TERRITORIO transfrontaliero – è un progetto promosso dalla Camera di Commercio di Como-Lecco, SUPSI (Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana), Confindustria Como, GREEN Università Bocconi, e SQS e finanziato nel 2018 dal Programma di cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera. Obiettivo di Progetto SMART è stato valorizzare il territorio transfrontaliero come area che fa della sostenibilità economica, sociale ed ambientale di impresa un elemento distintivo e di vantaggio competitivo. Progetto SMART non si è concluso con il termine del finanziamento. I partner continuano infatti la collaborazione attraverso il gruppo di lavoro SMART che racchiude i partner storici del progetto in collaborazione con le principali associazioni imprenditoriali del territorio Iariano in costante legame con il territorio ticinese. Con SMART la Camera di Commercio di Como-Lecco opera nel campo della sostenibilità e CSR su vari fronti: imprese (formazione, assistenze, bandi, questionario per verificare il livello di sostenibilità), scuole (project work sulla sostenibilità con iniziative di formazione e un questionario sulla mobilità degli studenti), settore cultura e turismo

(collaborazione con distretto del turismo lariano per accompagnare nella transizione verso un turismo sostenibile). Sono centinaia le imprese coinvolte con attività di formazione, laboratori, check up di sostenibilità. Smart conta oggi su una rete di contatti di oltre 18.000 addetti e nella sua “messa a terra” delle azioni sostenibili ha realizzato la piantumazione di 6 frutteti presso scuole primarie o secondarie di primo grado e presso istituti per disabili o soggetti svantaggiati nei territori delle province di Como-Lecco.

o SMART PER LKG - Lake COmo SMART intende avviare un percorso di analisi, valutazione e ideazione di un marchio/segno distintivo “SMART” che serva per identificare quelle realtà per cui è possibile attestare l’impegno in termini di sostenibilità, economia circolare, transizione ecologica. Il marchio/segno distintivo sarà espressione di un preciso disciplinare/schema/ linee guida/standard. Il marchio/segno distintivo sarà assegnato in seguito a verifica del rispetto delle condizioni stabilite in base a precise regole, sia come riconoscimento dell’impegno in sostenibilità, sia come “attrezzo” per la comunicazione, sensibilizzazione, condivisione identitaria e stimolo per gli altri stakeholder. Un vero e proprio strumento identificativo che qualifica il territorio e l’offerta turistica, che valorizza imprese e organizzazioni verso clienti e stakeholder e che contribuisce alla creazione di una cultura diffusa della sostenibilità.