

AVVISO N. 2/2025

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

**MODELLO D**

**SCHEDA DELLA PROPOSTA (INIZIATIVA O PROGETTO)**

**1a.- Titolo**

**LUCE – Laboratori di Unione, Crescita ed Educazione inclusiva**

**1b - Durata**

18 mesi

**2 - Obiettivi generali, aree prioritarie di intervento e linee di attività** *(devono essere indicati rispettivamente massimo n. 3 obiettivi e n. 3 aree prioritarie di intervento, graduandoli in ordine di importanza 1 maggiore – 3 minore)*

**2a - Obiettivi generali<sup>1</sup>**

**[1] OBIETTIVO 3 "Salute e benessere: assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età"**

**[2] OBIETTIVO 4 "Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento permanente per tutti"**

**[3]**

**2b - Aree prioritarie di intervento<sup>2</sup>**

**[1] OB 3 - b) sostegno all'inclusione sociale, in particolare delle persone con disabilità e non autosufficienti**

**[2] OB 3 - d) contrasto delle condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale**

**[3] OB 4 - b) promozione della partecipazione e del protagonismo dei minori e dei giovani, perché diventino agenti del cambiamento**

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

<sup>2</sup> Sono integralmente riportate nell'allegato 1 dell'avviso 2/2025.

## 2c- Linee di attività<sup>3</sup>

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

Come esposto attraverso lo Statuto Sociale, l'Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti ha fondato le sue profonde radici nell'inclusività sociale, nella promozione sociale (avente la qualifica di ETS, "Ente del Terzo Settore e, conseguentemente, la denominazione di "Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti - Ente del Terzo Settore - Associazione di promozione sociale" (acronimi ETS APS) in luogo di quella indicata in precedenza.", Riferimento art.1, comma 2 dello Statuto Sociale), al miglioramento delle condizioni di salute e di benessere, alla diffusione e alla divulgazione di buone pratiche e informazioni utili, inerenti al mondo della disabilità, in particolar modo quello della disabilità visiva.

L'UICI opera a livello locale, regionale e nazionale, avendo sedi, soci e volontari distribuiti in tutto il territorio nazionale.

1) Solidarietà sociale, ossia perseguire, tramite collaborazioni sul territorio con altri enti associativi, il fine comune dell'inclusività sociale di tutte le persone affette da disabilità visiva, e la loro partecipazione attiva in tutti i campi sociali, "avvalendosi in modo prevalente dell'attività di volontariato dei propri associati o delle persone aderenti agli enti associati." (Riferimento art.2, comma 1 dello Statuto Sociale UICI). Sull'attività di volontariato, come indicato nel d.lgs. 11/2017, "Gli enti del Terzo settore possono avvalersi di volontari nello svolgimento delle proprie attività e sono tenuti a iscrivere in un apposito registro i volontari che svolgono la loro attività in modo non occasionale." (Riferimento art. 17, comma 1 del d.lgs. 11/2017);

2) Contrastare il fenomeno dell'esclusione sociale di tutti quei soggetti affetti da una o più tipi di disabilità, in particolare quella visiva (Riferimento art.2, comma d, e, g dello Statuto Sociale UICI);

3) Promozione di eventi e attività atte a favorire l'inserimento sociale, la partecipazione, l'integrazione e la diffusione di buone pratiche, affinché i soggetti affetti da disabilità visiva possano trasformare una difficoltà in risorsa (Riferimento art.2, comma b, c, dello Statuto Sociale UICI); le azioni di promozione sociale sono indicate nell'art.5 del d.lgs. 11/2017, in particolare il comma i: "organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura e della pratica del volontariato e delle attività di interesse generale di cui al presente articolo; " e il comma w: "promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti delle attività di interesse generale di cui al presente articolo, promozione delle pari opportunità e delle iniziative di aiuto reciproco[...]"

4) Operare nel campo della prevenzione, della salute e del benessere, per poter contrastare con efficacia fenomeni che possano affettare la visione e tutto ciò che riguarda la vista (Riferimento art.2 comma b, e, f dello Statuto Sociale UICI). Le attività inerenti la prevenzione e la salute sono indicate anche nel d.lgs. 11/2017, art.5, comma b e c.

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

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

#### *Esporre sinteticamente:*

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

ABRUZZO: (PE):Pescara, (TE): Teramo. BASILICATA: (MT): Matera. CALABRIA: (CZ): Catanzaro; (CS): Cosenza; (RC): Reggio Calabria; (KR): Crotona; (VV): Vibo Valentia. CAMPANIA: (AV): Avellino; (BN): Benevento, (CE): Caserta; (SA): Salerno; (NA): Napoli. EMILIA-ROMAGNA: (BO): Bologna; (RA): Ravenna; (FE): Ferrara; (FC): Forlì; (MO): Modena; (PR): Parma; (PC): Piacenza; (RE): Reggio Emilia; (RN): Rimini. FRIULI VENEZIA GIULIA: (TS): Trieste; (GO): Gorizia; (PN): Pordenone; (UD): Udine. LAZIO: (RM): Roma, Valmontone. LIGURIA: (GE): Genova. LOMBARDIA: (BS): Brescia; (MN): Mantova; (PV): Pavia; (MI): Milano, Monza; (BG): Bergamo; (VA): Varese; (SO): Sondrio. MARCHE: (AN): Ancona; (FM): Fermo; (AP): Ascoli Piceno. MOLISE: (IS): Isernia; (CB): Campobasso. PIEMONTE: (AT): Asti; (AL): Alessandria; (BI): Biella; (NO): Novara; (VC): Vercelli; (CN): Cuneo; (TO): Torino. PUGLIA: (BAT): Bari; (BR): Brindisi; (FG): Foggia; (LE): Lecce; (TA): Taranto. SICILIA: (AG): Agrigento; (TP): Trapani; (ME): Messina; (RG): Ragusa; (SR):Siracusa; (EN):Enna; (CL): Caltanissetta; (CT): Catania; (PA): Palermo. SARDEGNA: (CA): Cagliari; (NU): Nuoro; (SS): Sassari. TOSCANA: (AR): Arezzo; (FI): Firenze, Fiesole; Lucca(LU): Lucca; Livorno(LI): Livorno; Massa Carrara(MS): Massa Carrara; Pisa(PI): Pisa; (PT): Pistoia; (PO): Prato; (SI):Siena, TRENTINO ALTO ADIGE:(BZ): Bolzano; (TN):Trento. UMBRIA: (PG): Perugia. VALLE D'AOSTA: (AO): Aosta. VENETO: (VE): Cavazere.

#### *3.2. Idea a fondamento della proposta*

LUCE nasce dalla volontà congiunta di UICI, ANSPI, I.Ri.Fo.R. e IAPB di utilizzare l'incontro concreto con la disabilità visiva come catalizzatore pedagogico per insegnare ai giovani a "vedere" più profondamente la realtà, le relazioni e il futuro, per promuovere una cultura dell'inclusione e della prevenzione visiva all'interno delle comunità oratoriane italiane, riconoscendo nell'oratorio un luogo privilegiato di educazione, socialità e crescita integrale della persona. L'idea fondante è quella di costruire percorsi nazionali che permettano a giovani, con e senza disabilità visiva, di vivere esperienze comuni di crescita, gioco, servizio e responsabilità, trasformando la diversità in una risorsa educativa e relazionale. Le attività saranno guidate da tre dimensioni metaforiche: **Messa a fuoco (introspezione)**: imparare a vedere sé stessi con chiarezza, riconoscendo vulnerabilità e "punti ciechi" personali. **Visione periferica (empatia e socialità)**: sviluppare la capacità di percepire l'altro, riconoscere i bisogni invisibili e superare l'indifferenza. **Profondità di campo (cittadinanza e futuro)**: la capacità di guardare lontano e immaginare il proprio ruolo attivo nella comunità.

Il progetto avrà la base su tre pilastri operativi che definiscono il ruolo dei 50 oratori coinvolti, interconnessi attraverso la metafora della visione:

1. Inclusione attiva: ospitare giovani con disabilità visiva, supportati da peer educator formati, per integrarli nelle attività e contrastare attivamente i rischi di isolamento e ritiro sociale.
2. Prevenzione e comunità: agire come hub locali per la prevenzione della salute visiva, aperti a tutta la comunità giovanile locale, promuovendo la cultura della cura in collaborazione con agenzie esterne (AST, scuole).
3. Educazione trasformativa: implementare la metafora educativa della visione per favorire la crescita personale e sociale, affrontando le "cecità sociali" (pregiudizio, indifferenza, superficialità).

Il progetto intende istituire educatori e animatori come facilitatori di esperienze inclusive, fornendo strumenti concreti, vademecum accessibili e percorsi, anche esperienziali, mirati alla conoscenza della disabilità visiva e alla promozione dell'autonomia e della partecipazione di tutti i ragazzi e tutte le ragazze. Parallelamente, la collaborazione con IAPB rafforzerà la dimensione preventiva e di salute pubblica, promuovendo la sensibilizzazione sulla tutela della vista e stili di vita corretti attraverso attività di informazione, screening e animazione territoriale.

#### *3.3. Descrizione del contesto*

Il progetto LUCE si inserisce in un contesto nazionale caratterizzato da sfide significative sul fronte della disabilità visiva e della salute oculare nella popolazione giovanile. Da cui emergono cinque elementi:

- Rilevanza epidemiologica: crescente incidenza di disabilità visiva e miopia tra i giovani, con necessità di interventi di prevenzione e riabilitazione.
- Fragilità istituzionale: disomogeneità territoriale nell'offerta di servizi, carenza di risorse e difficoltà di accesso per le famiglie più vulnerabili.
- Potenzialità educativa degli oratori: presenza capillare di presidi educativi territoriali con alta capacità di fare rete, ma scarsa specializzazione sui temi dell'inclusione visiva.
- Barriere culturali e relazionali: persistenza di stereotipi, isolamento sociale dei giovani con disabilità visiva, necessità di cambiamento culturale profondo.
- Politiche favorevoli: quadro normativo avanzato e crescente attenzione istituzionale e associativa verso l'inclusione e l'empowerment giovanile.

#### *3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati*

L'analisi del contesto sociale, educativo e sanitario ha consentito di identificare una serie di bisogni e esigenze prioritarie:

- B1. Bisogno di prevenzione visiva e diagnosi precoce nella popolazione giovanile
- B2. Bisogno di inclusione reale e partecipazione attiva dei giovani con disabilità visiva
- B3. Bisogno di formazione specialistica per educatori e animatori
- B4. Bisogno di materiali educativi e strumenti accessibili
- B5. Bisogno di cambiamento culturale: dalla "cecità fisica" alle "cecità sociali"
- B6. Bisogno di costruzione di reti territoriali e di sostenibilità nel tempo

I bisogni e le esigenze individuati possono essere raggruppati in tre macro-aree:

Area della salute e della prevenzione: necessità di screening precoci, campagne informative, educazione alla salute visiva, contrasto alla crescita della miopia.

Area dell'inclusione e dell'educazione: necessità di contesti educativi realmente inclusivi, formazione degli educatori, materiali accessibili, metodologie partecipative, superamento delle barriere culturali.

Area dell'empowerment e della cittadinanza: necessità di valorizzare il protagonismo giovanile, promuovere l'autonomia, costruire reti territoriali, garantire sostenibilità e visibilità alle esperienze di inclusione.

#### *3.5. Metodologie*

*Indicare con una X la metodologia dell'intervento proposto*

A) Innovative rispetto:

[X] al contesto territoriale [X] alla tipologia dell'intervento [ ] alle attività dell'ente proponente (o partners o collaborazioni, se previste).

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

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

Specificare le caratteristiche:

Il progetto si caratterizza fortemente innovativo poiché approfondisce un approccio sistemico e integrato all'inclusione delle persone con disabilità visiva, un tema ancora poco esplorato nel mondo dell'educazione informale. L'iniziativa unisce due ambiti, educazione giovanile e disabilità visiva, generando un modello inedito di collaborazione tra enti del Terzo Settore, associazioni educative e istituzioni specialistiche. L'innovazione risiede nella capacità di tradurre competenze tecnico-specialistiche in strumenti, linguaggi e pratiche educative accessibili, rendendo gli oratori luoghi realmente inclusivi e consapevoli. Nel contesto territoriale nazionale, l'iniziativa rappresenta una novità perché supera l'approccio assistenziale, costruendo invece una rete stabile di 50 oratori, capaci di diventare centri diffusi di innovazione educativa e inclusiva. L'innovazione emerge anche nella scelta di una comunicazione inclusiva e accessibile, che utilizza linguaggi multisensoriali, tecnologie assistive e strumenti digitali per diffondere cultura, testimonianze e buone pratiche.

#### 4- Risultati attesi (Massimo due pagine)

Con riferimento agli obiettivi descritti, indicare:

<i>Destinatari degli interventi (specificare)<sup>4</sup></i>	<i>Numero</i>	<i>Modalità di individuazione</i>
Giovani con disabilità visiva (Ciechi e Ipovedenti) (Beneficiari Primari - Pilastro 1)	150 circa	Individuati attraverso la collaborazione attiva tra i 50 oratori ANSPI e le strutture UICI (sezioni territoriali e Consigli Regionali partner) e I.Ri.Fo.R. Coinvolti nelle attività inclusive estive e laboratoriali (Fase 5).
"Peer Educator della Visione" (Adolescenti e giovani animatori) (Attori chiave - Pilastri 1 e 3)	1.000 – 1.250 (Media 20-25 per oratorio)	Selezionati all'interno dei 50 oratori partecipanti. Coinvolti tramite incontri iniziali, esperienza immersiva nei campi I.Ri.Fo.R. e tutorato (Fase 2). Protagonisti della formazione intensiva (Fase 4).
"Peer Educator della Visione" partecipanti alla esperienza immersiva nei campi I.Ri.Fo.R. (Adolescenti e giovani animatori) (Attori chiave - Pilastri 1 e 3)	100	Selezionati all'interno dei 50 oratori partecipanti. Coinvolti tramite incontri iniziali, e tutorato (Fase 2). Protagonisti della formazione intensiva (Fase 4).
Operatori e Responsabili Oratoriani	5000+	Raggiunti tramite le campagne di prevenzione e gli screening gratuiti con unità mobili oftalmiche (Fase 6). Coinvolgimento facilitato dal networking con scuole e AST/ASL locali (IAPB e UICI Sicilia).
Partecipanti agli eventi di disseminazione	3000+	Giovani e animatori partecipanti all'evento nazionale (es. MagicLand, Fase 7), ai 6 convegni territoriali (Fase 7 con Copercom) e al Festival delle Visioni (Fase 8).

<sup>4</sup> Specificare tipologia, numero e fascia anagrafica, nonché modalità per la loro individuazione. Indicare le ragioni per le quali le attività previste dovrebbero migliorarne la situazione. Dare evidenza dei risultati concreti da un punto di vista quali-quantitativo. Infine, i possibili effetti moltiplicatori (descrivere le possibilità di riproducibilità e di sviluppo dell'attività di riferimento e/o nel suo complesso).

## **5 – Attività** *(Massimo quattro pagine)*

### **Fase 1 – Coordinamento, monitoraggio e custodia della visione**

Creazione di una cabina di regia che darà le linee di indirizzo e verificherà la programmazione affiancata dagli esperti del monitoraggio e della valutazione. Oltre alla gestione operativa, il gruppo garantirà che l'integrazione della metafora educativa (Pilastro 3) sia trasversale e profonda in tutte le azioni.

Il gruppo faciliterà il networking strategico tra gli oratori e le agenzie esterne locali (ASL, enti locali, associazioni giovanili e gruppi informali, scuole, sezioni UICI territoriali) per supportare i Pilastri 1 e 2.

**Ambito territoriale:** Nazionale.

**Partner coinvolti:** UICI Nazionale, Consiglio Regionale UICI Marche, Consiglio Regionale UICI Lombardia, Consiglio Regionale UICI Sicilia, ANSPI, Comitato Regionale ANSPI Umbria, Comitato Regionale ANSPI Puglia, Comitato Regionale ANSPI Basilicata, Comitato Regionale ANSPI Piemonte, I.RI.FOR., IAPB

**Collaborazione:** Oratorio di Cavarzere (VE) e COPERCOM.

### **Fase 2 – Individuazione dei 50 oratori e attivazione dei peer educator**

Selezione dei 50 oratori impegnati sui tre pilastri. In ciascun oratorio si identificherà un nucleo di 100 adolescenti giovani animatori, che diventeranno i "Peer Educator della Visione".

La proposta agli animatori sarà articolata in:

Incontri con animatori e responsabili locali per illustrare gli obiettivi, introdurre il framework delle "Tre Dimensioni della Visione" e definire congiuntamente i criteri di inclusione e programmazione;

Un'esperienza immersiva (Campi IRIFOR, Estate 2026) in cui i futuri Peer Educator saranno ospitati presso i campi abilitativi e riabilitativi I.Ri.Fo.R. L'esperienza sarà strutturata come un laboratorio intensivo di "Visione Periferica" (Empatia), volto a decostruire la dinamica aiuto/aiutato in favore di uno scambio tra pari con diverse modalità percettive.

Un tutorato l'invio di un professionista specializzato che andrà ad incontrare i gruppi animatori locali e assicurare che i Peer Educator ricevano un mandato chiaro: essere ponti relazionali e facilitatori della riflessione metaforica, non solo assistenti pratici.

**Ambito territoriale:** Oratori coinvolti e campi dell'I.Ri.Fo.R.: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria, Veneto.

**Partner coinvolti:** UICI Nazionale, Consiglio Regionale UICI Marche, Consiglio Regionale UICI Lombardia, Consiglio Regionale UICI Sicilia, ANSPI, Comitato Regionale ANSPI Umbria, Comitato Regionale ANSPI Puglia, Comitato Regionale ANSPI Basilicata, Comitato Regionale ANSPI Piemonte, I.RI.FOR.

**Collaborazione:** Oratorio di Cavarzere (VE) e COPERCOM

### **Fase 3 – Elaborazione dei vademecum: Strumenti per vedere oltre**

Co-progettazione di n.2 materiali formativi e operativi tra ANSPI, UICI, I.Ri.Fo.R. e IAPB, che supportino simultaneamente l'Inclusione (Pilastro 1) e l'Educazione Trasformativa (Pilastro 3).

Vademecum 1: Vademecum "Disabilità Visiva e Punti ciechi sociali"

Distribuito a 1500 oratori ANSPI a livello nazionale. Costituirà il fondamento culturale e pedagogico del progetto. I contenuti includeranno:

Quadro introduttivo e terminologico (cecità, ipovisione). Aspetti psicologici e relazionali (percezione, autonomia, fiducia). Comunicazione e interazione pratica.

Accessibilità negli ambienti oratoriani. "I Punti Ciechi del Cuore" (Integrazione Metaforica): Un capitolo dedicato alle cecità sociali (pregiudizio, indifferenza).

Attraverso testimonianze UICI, si stimolerà la riflessione su cosa scegliamo di non vedere nelle nostre relazioni (Messa a Fuoco).

Vademecum 2: Estivo e "Diario Sensoriale"

Strumenti operativi per la progettazione e gestione delle attività estive (Grest) inclusive. I contenuti includeranno:

Riferimenti pedagogici ispirati ai valori ANSPI e alla partecipazione. Metodologie polisensoriali: linee guida per attività (giochi, laboratori) che neutralizzino la dominanza visiva. Il diario sensoriale: uno strumento personale per animatori e ragazzi per documentare come l'affidamento a sensi diversi cambi la percezione delle relazioni. Linee guida per il debriefing: format per guidare la riflessione metaforica dopo le attività esperienziali. Strumenti di autovalutazione delle attività inclusive. Tutti i vademecum saranno pienamente accessibili: in versione audio, inserendo un QRCode si potrà accedere alla registrazione del testo che si appoggerà nella piattaforma del Libro Parlato della UICI, in testo digitale leggibile da screen reader, in Braille e in alto contrasto.

**Ambito territoriale:** Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria, Veneto.

**Partner coinvolti:** UICI Nazionale, Consiglio Regionale UICI Marche, Consiglio Regionale UICI Lombardia, Consiglio Regionale UICI Sicilia, ANSPI, Comitato Regionale ANSPI Umbria, Comitato Regionale ANSPI Puglia, Comitato Regionale ANSPI Basilicata, Comitato Regionale ANSPI Piemonte, I.RI.FOR., IAPB

**Collaborazione:** Oratorio di Cavarzere (VE) e COPERCOM

#### **Fase 4 – Workshop Allenare lo sguardo trasformativo**

Il cuore pedagogico del progetto, rivolto a operatori e Peer Educator. Un processo di crescita volto a promuovere una visione educativa autenticamente inclusiva. L'attività prevede tre finestre di attività:

1. Messa a fuoco e visione periferica: az.basata sul primo vademecum, si terranno incontri (in presenza e online) nei 50 oratori con l'obiettivo di sviluppare consapevolezza, educare allo sguardo inclusivo, trasformare l'esperienza in competenza.

Si svolgeranno sessioni teoriche (UICI/I.Ri.Fo.R.) su percezione sensoriale e autonomia, Pedagogia del debriefing: momenti di lavoro intensivi su come guidare la riflessione dopo le attività esperienziali (es. Percorsi bendati), collegando l'esperienza fisica ("non vedevo") alla metafora ("quando mi sento perso? Di chi mi fido?").

- Reverse mentoring: sessioni in cui professionisti o giovani UICI/IRIFOR formano gli animatori in competenze dove la vista non è dominante (es. Ascolto attivo, orientamento sonoro).
- Laboratori di ascolto profondo: tecniche di comunicazione non visiva per cogliere il non detto.

#### 2. Progettare L'INCLUSIONE ATTIVA

Basata sul secondo vademecum, focalizzata sull'organizzazione di attività estive. Previsti incontri zonal (per condividere linee guida) e locali (per la declinazione pratica).

Focus:

- Pianificazione di esperienze estive inclusive e uso dei materiali accessibili.
- Gestione di gruppi misti e valorizzazione pratica della diversità.
- Design for All Senses: Strumenti per progettare giochi e laboratori (es. "Escape Room Sensoriali") dove i giovani con disabilità visiva possono assumere ruoli di leadership naturale.

Si svolgeranno 4 moduli di lavoro (online) della durata di 2 ore. Ciascun modulo si ripeterà per 4 volte. Totale ore 64. Corretto? se ok, direi di inserire anche nel formulario.

3. Comunicare in modo inclusivo: 9 eventi in forma di convegni, in collaborazione con tutta la sua rete di associazioni sui temi della comunicazione inclusiva.

I territori nei quali diffonderà le tematiche sono: Emilia Romagna, Liguria, Sicilia, Lazio, Marche, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Molise e Val d'Aosta.

**Ambito territoriale:** Tutti gli oratori coinvolti. Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria, Veneto

**Partner coinvolti:** UICI Nazionale, Consiglio Regionale UICI Marche, Consiglio Regionale UICI Lombardia, Consiglio Regionale UICI Sicilia, ANSPI, Comitato Regionale ANSPI Umbria, Comitato Regionale ANSPI Puglia, Comitato Regionale ANSPI Basilicata, Comitato Regionale ANSPI Piemonte, I.RI.FOR., IAPB

**Collaborazione:** COPERCOM

### **Fase 5 – Ospitalità e laboratori relazionale**

Fase centrale esperienziale ed educativa. Implementazione del Pilastro 1 (Inclusione) e applicazione pratica del Pilastro 3 (Metafora). I giovani con disabilità visiva sono ospitati nei 50 oratori; parallelamente, continua l'esperienza dei Peer Educator nei campi IRIFOR.

Le proposte saranno flessibili e accessibili. Oltre a laboratori sensoriali standard, giochi cooperativi e attività sportive adattate, si implementeranno:

- Mappatura emotiva e sensoriale: giovani vedenti e non vedenti collaborano per creare una nuova mappa dell'oratorio basata su esperienze sensoriali (suoni, texture) e significati emotivi (luoghi sicuri, zone di conflitto).
- Laboratorio "diari incrociati: vedere/sentire": coppie (un vedente, uno con disabilità visiva) creano narrazioni su un tema comune usando il proprio linguaggio primario (visivo vs. Audio/tattile), per poi co-creare una narrazione unica integrata.
- Urbanistica sensoriale (profondità di campo): gruppi misti esplorano il quartiere per mappare barriere architettoniche e "barriere relazionali" (luoghi di esclusione). I risultati vengono presentati ad agenzie esterne (comune, associazioni locali) per favorire la cittadinanza attiva.

I Peer Educator agiranno come facilitatori, affiancati da referenti UICI e I.Ri.Fo.R. per garantire un monitoraggio continuo e supporto tecnico.

**Ambito territoriale:** Oratori coinvolti e campi dell'I.Ri.Fo.R.: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria, Veneto.

**Partner coinvolti:** UICI Nazionale, Consiglio Regionale UICI Marche, Consiglio Regionale UICI Lombardia, Consiglio Regionale UICI Sicilia, ANSPI, Comitato Regionale ANSPI Umbria, Comitato Regionale ANSPI Puglia, Comitato Regionale ANSPI Basilicata, Comitato Regionale ANSPI Piemonte, I.RI.FOR.

### **Fase 6 – Prevenzione e cura dello sguardo integrale**

Implementazione del Pilastro 2 (Prevenzione), fortemente legato al Pilastro 3 (Metafora). L'obiettivo è diffondere la cultura della prevenzione visiva, aprendo l'oratorio al territorio.

Ruolo e contributo specifico della IAPB e del Consiglio Regionale UICI Sicilia che hanno camper itineranti per promuovere la prevenzione e campagne di screening

- Prevenzione comunitaria: coordinamento della campagna di prevenzione visiva, elaborazione di materiali informativi accessibili.
- Screening sul territorio: organizzazione e gestione dei camper oculistici itineranti (unità mobili oftalmiche) per screening gratuiti aperti a tutti i giovani locali (non solo dell'oratorio).
- Networking esterno: collaborazione attiva con scuole locali, centri giovanili e asl per massimizzare la partecipazione.

Integrazione educativa:

- Ambasciatori della visione integrale: i peer educator formati da IAPB promuoveranno non solo la salute oculare, ma anche una "etica dello sguardo". Si collegherà la cura fisica degli occhi con la responsabilità etica di guardare il mondo con attenzione e cura.
- Campagna integrata: "proteggi la tua vista, allena il tuo sguardo".

Ambito territoriale: Nazionale.

**Partner coinvolti:** IAPB, Consiglio Regionale UICI Sicilia, UICI Nazionale, Consiglio Regionale UICI Marche, Consiglio Regionale UICI Lombardia, ANSPI, Comitato Regionale ANSPI Umbria, Comitato Regionale ANSPI Puglia, Comitato Regionale ANSPI Basilicata, Comitato Regionale ANSPI Piemonte.

### **Fase 7 – Comunicazione Polisensoriale**

La comunicazione riflette la filosofia del progetto: accessibile, inclusiva e multisensoriale. Non solo promozione esterna, ma strumento educativo e comunitario.

Saranno utilizzati i canali ufficiali per "narrare l'invisibile" preferendo un focus polisensoriale: privilegiando format narrativi ed esperienziali

La collaborazione con Copercom per i blind spots dei media saranno organizzati 6 convegni tematici nazionali nei territori. Sarà realizzato un Evento Magicland in cui sarà presentato al pubblico il secondo vademecum presso il Parco Magicland di Roma (circa 3.000 giovani).

- Un evento immersivo, di festa e riflessione, che celebra la pluralità delle percezioni.
- Accessibilità totale garantita: guide tattili, materiali in braille/ingranditi, descrizioni audio in diretta, supporti digitali accessibili, tutor formati.

**Ambito territoriale:** Nazionale.

**Partner coinvolti:** UICI Nazionale, Consiglio Regionale UICI Marche, Consiglio Regionale UICI Lombardia, Consiglio Regionale UICI Sicilia, ANSPI, Comitato Regionale ANSPI Umbria, Comitato Regionale ANSPI Puglia, Comitato Regionale ANSPI Basilicata, Comitato Regionale ANSPI Piemonte, I.RI.FOR., IAPB

**Collaborazione:** Oratorio di Cavarzere (VE) e COPERCOM.

### **Fase 8 – Evento finale Festival delle Visioni**

L'evento finale sarà un festival diffuso che coinvolgerà simultaneamente i 50 oratori collegati in streaming. Con gli obiettivi di restituire e riconoscere le esperienze di cittadinanza attiva (Protagonismo e Co-creazione dei giovani) e dare testimonianza pubblica di inclusione. Sarà in modalità diffusa: Un cuore centrale con collegamenti in diretta. Elemento Innovativo Centrale: L'Artefatto Collettivo: Il Mosaico Tattile ed Emotivo. Creazione di una grande "Mappa Tattile ed Emotiva dell'Italia degli Oratori". Ogni oratorio contribuisce con una tessera che rappresenta la loro esperienza, utilizzando materiali diversi. L'opera sarà fruibile visivamente e tattilmente, simboleggiando una comunità dove ogni modo di percepire contribuisce all'insieme.

(Accessibilità totale garantita: audiodescrizione, sottotitoli in tempo reale, interpreti LIS, materiali accessibili).

**Ambito territoriale:** Nazionale.

**Partner coinvolti:** UICI Nazionale, Consiglio Regionale UICI Marche, Consiglio Regionale UICI Lombardia, Consiglio Regionale UICI Sicilia, ANSPI, Comitato Regionale ANSPI Umbria, Comitato Regionale ANSPI Puglia, Comitato Regionale ANSPI Basilicata, Comitato Regionale ANSPI Piemonte, I.RI.FOR., IAPB

**Collaborazione:** Oratorio di Cavarzere (VE) e COPERCOM.

### **Fase 9 – Impatto e valutazione**

La valutazione sarà condotta UNILAS, Ente Terzo che misurerà l'efficacia del progetto sui tre pilastri, verificando se la "Metanoia Educativa" è avvenuta. Indicatori di Valutazione:

- Pilastro 1 (Inclusione): Riduzione dell'isolamento percepito nei giovani con disabilità visiva; qualità e quantità delle relazioni instaurate; livello di partecipazione attiva alle attività.
- Pilastro 2 (Prevenzione): Numero di screening effettuati; aumento della consapevolezza sulle pratiche di salute visiva nella comunità locale (oltre l'oratorio); efficacia del networking con agenzie esterne.
- Pilastro 3 (Trasformazione): Misurazione qualitativa (attraverso focus group, analisi dei Diari Sensoriali, interviste) del cambiamento nella percezione della diversità e delle "cecità sociali". Specificamente:
  1. Aumento dell'empatia e attenzione all'altro (Visione Periferica).
  2. Aumento della consapevolezza di sé e dei propri pregiudizi (Messa a Fuoco).
  3. Aumento dell'impegno civico e della progettualità futura (Profondità di Campo).

**Ambito territoriale:** Nazionale.

**Partner coinvolti:** UICI Nazionale, Consiglio Regionale UICI Marche, Consiglio Regionale UICI Lombardia, Consiglio Regionale UICI Sicilia, ANSPI, Comitato Regionale ANSPI Umbria, Comitato Regionale ANSPI Puglia, Comitato Regionale ANSPI Basilicata, Comitato Regionale ANSPI Piemonte, I.RI.FOR., IAPB

**Collaborazione:** Oratorio di Cavarzere (VE) e COPERCOM.



## 7a - Risorse umane

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta <sup>5</sup>	Ente di appartenenza	Livello di Inquadramento professionale <sup>6</sup>	Forma contrattuale <sup>7</sup>	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	3	Cod. "A"	UICI	A	Dipendente	11.947,90
2	6	Cod. "B"	UICI	A	Dipendente	10.864,90
3	2	Cod. "B"	UICI	C	Dipendente	4.306,50
4	7	Cod. "B"	UICI		Collaboratore esterno	6.700,00
5	3	Cod. "C"	UICI	A	Dipendente	12.170,00
6	1	Cod. "C"	UICI	A	Collaboratore esterno	10.000,00
7	6	Cod. "D"	UICI	A	Dipendente	15.268,70
8	1	Cod. "D"	UICI	C	Dipendente	1.930,50
9	5	Cod. "D"	UICI	A	Collaboratore esterno	15.000,00
10	1	Cod. "B"	IRIFOR	A	Dipendente	4.280,60
11	1	Cod. "B"	IRIFOR	A	Collaboratore esterno	2.100,00
12	1	Cod. "C"	IRIFOR	A	Collaboratore esterno	2.800,00
13	3	Cod. "D"	IRIFOR	A	Dipendente	17.217,85
14	10	Cod. "D"	IRIFOR	A	Collaboratore esterno	22.500,00
15	1	Cod. "B"	IAPB	A	Dipendente	1.197,60
16	1	Cod. "C"	IAPB	A	Dipendente	1.197,60
17	2	Cod. "D"	IAPB	A	Dipendente	7.562,60
18	1	Cod. "D"	IAPB	B	Dipendente	1.030,40

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

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

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

19	2	Cod. "D"	IAPB	A	Collaboratore esterno	3.450,00
20	1	Cod. "B"	UICI SICILIA	A	Dipendente	1.333,50
21	1	Cod. "B"	UICI SICILIA	A	Collaboratore esterno	3.900,00
22	2	Cod. "D"	UICI SICILIA	A	Dipendente	4.934,30
23	6	Cod. "D"	UICI SICILIA	A	Collaboratore esterno	16.308,30
24	2	Cod. "B"	UICI LOMBARDIA	A	Dipendente	5.180,00
25	2	Cod. "D"	UICI LOMBARDIA	A	Dipendente	6.180,00
26	4	Cod. "D"	UICI LOMBARDIA	A	Collaboratore esterno	12.500,00
27	1	Cod. "B"	UICI MARCHE	C	Dipendente	1.950,00
28	1	Cod. "B"	UICI MARCHE	A	Collaboratore esterno	3.900,00
29	1	Cod. "D"	UICI MARCHE	C	Dipendente	5.250,00
30	4	Cod. "D"	UICI MARCHE	A	Collaboratore esterno	12.725,00
31	2	Cod. "A"	ANSPI	A	Collaboratore esterno	9.000,00
32	2	Cod. "B"	ANSPI	A	Collaboratore esterno	19.000,00
33	1	Cod. "B"	ANSPI	A	Dipendente a tempo indeterminato	5.000,00
34	2	Cod. "C"	ANSPI	A	Dipendente a tempo indeterminato	10.353,50
35	3	Cod. "C"	ANSPI	A	Collaboratore esterno	19.646,50
36	3	Cod. "D"	ANSPI	A	Dipendente a tempo indeterminato	15.000,00
37	54	Cod. "D"	ANSPI	A	Collaboratore esterno	100.000,00

38	50	Cod. "D"	ANSPI	B	Collaboratore esterno	50.000,00
39	3	Cod. "D"	COMITATO REGIONALE ANSPI BASILICATA APS ETS	A	Collaboratore esterno	1.500,00
40	3	Cod. "D"	COMITATO REGIONALE ANSPI PUGLIA APS ETS	A	Collaboratore esterno	1.500,00
41	3	Cod. "D"	COMITATO REGIONALE ANSPI UMBRIA APS ETS	A	Collaboratore esterno	1.500,00
42	3	Cod. "D"	COMITATO REGIONALE ANSPI PIEMONTE APS ETS	A	Collaboratore esterno	1.500,00

### 7b. Volontari

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

	Numero	Tipo attività che verrà svolta <sup>8</sup>	Ente di appartenenza	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	150	Cod. "D" - Animatori/educatori negli oratori	ANSPI	D.8 Assicurazione volontari

### 8 – Collaborazioni

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

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1	COPERCOM È un ente di coordinamento operante nel campo della comunicazione; ad essa aderiscono enti no profit e del terzo settore per ricevere supporto promozionale e di connessione di rete per le proprie finalità	Realizza di N.9 eventi in forma di convegni, in collaborazione con tutta la sua rete di associazioni sui temi della comunicazione inclusiva. I territori nei quali diffonderà le tematiche sono: Emilia Romagna, Liguria, Sicilia, Lazio, Marche, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Molise e Val d'Aosta.

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

	come l'educazione, eventi/spettacoli, settore del lavoro della famiglia e della comunicazione digitale /su carta stampata.	
2	Oratorio Circolo ANSPI Patronato San Pio X - Associazione di promozione sociale, punto di riferimento per i giovani del territorio Veneto con un'attenzione educativa alla sperimentazione per essere inclusivo verso le fasce vulnerabili.	Collabora nella realizzazione a Cavarzere (Venezia-Veneto) di due workshop sulle tematiche progettuali, diffonde i vademecum e collabora nella comunicazione del progetto.

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

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

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

Fase 4: l'attività di realizzazione di nr.5 reel Instagram è affidata a LTM & PARTNERS S.R.L - La LTM & PARTNERS S.R.L da tempo svolge per IAPB Italia servizi di comunicazione integrata, per le sue specifiche e consolidate competenze nella comunicazione digitale e gestione social media. Attraverso questa consolidata collaborazione, IAPB Italia ha potuto realizzare diversi eventi istituzionali e conferenze stampa con l'obiettivo di dare visibilità alla prevenzione visiva. Per l'elaborazione dei vademecum la IAPB Italia- ETS nella sua veste di partner intende realizzare nr. 5 Reel Instagram, quali video brevi con contenuti formativi fornendo informazioni chiare e utili sulla salute oculare in modo divertente e accessibile sottolineando l'importanza della prevenzione della cecità e la necessità di controlli oculari regolari.

Fase 9: l'attività di monitoraggio e valutazione di impatto è affidata ad UNILAS - UNILAS è un hub di professionisti (sociologi, psicologi, assistenti sociali, educatori), ricercatori e cittadini, che, promuovendo percorsi di ricerca, sviluppo di imprese sociali e formazione avanzata attraverso il modello AIL (Adaptive Impact Learning), approccio di studio innovativo di cui detiene la titolarità scientifica e metodologica, agisce attraverso un framework evolutivo e innovativo per il monitoraggio e la valutazione partecipata, specificamente progettata per rispondere alle sfide dei contesti complessi (sociali, sociosanitari, educativi).

Questo modello trasforma la valutazione da obbligo formale a leva strategica per l'apprendimento organizzativo e la gestione adattiva. Il modello proposto sarà attivato in sinergia con la cabina di regia condotto da UNILAS.

## 10. Sistemi di valutazione

(Indicare, se previsti, gli strumenti di valutazione eventualmente applicati con riferimento a ciascuna attività/risultato/obiettivo del progetto/iniziativa)

Obiettivo specifico	Attività	Tipologia strumenti
<b>O1. LEARNING E GESTIONE ADATTIVA</b> Facilitare l'apprendimento strategico e la gestione adattiva in tempo reale in contesto complesso (Developmental Evaluation).	1.1. Co-design del Framework Valutativo: Definizione partecipata della Teoria del Cambiamento (ToC) e degli indicatori strategici.	• Workshop di facilitazione (con Cabina di Regia). • Matrice ToC Adattiva. • Key Learning Indicators (KLIs): Indicatori qualitativi per l'apprendimento strategico.
	1.2. Implementazione di Cicli Rapidi di Feedback: Raccolta tempestiva di dati emergenti sulle aree di apprendimento.	• Micro-survey digitali ("Pulse surveys"). • Griglie di osservazione focalizzata.
	1.3. Analisi Partecipata e Sense-Making: Facilitazione di sessioni periodiche per l'analisi dei dati (KLIs) e il supporto alle decisioni strategiche in itinere.	• "Learning Labs": Sessioni facilitate di Sense-Making (UNILAS). • Impact Dashboards (visualizzazione dati semplificata). • Report strategici intermedi (Memo).
<b>O2. ACCOUNTABILITY E MISURAZIONE DELL'IMPATTO</b> Misurare e dimostrare rigorosamente il valore sociale generato rispetto ai tre Pilastri (Inclusione, Prevenzione, Educazione Trasformativa).	2.1. Monitoraggio delle Performance: Tracciamento continuo degli output di progetto e dell'avanzamento operativo.	• Key Performance Indicators (KPIs): Indicatori quantitativi di risultato. • Database M&E condiviso; Registri attività. • Reportistica screening (IAPB/UICI).
	2.2. Valutazione Longitudinale (Quantitativa): Rilevazione Baseline (T0) e misurazione dei cambiamenti nel tempo (T1, T2) su beneficiari e comunità.	• Questionari Pre/Post (Scale validate su empatia, autoefficacia, isolamento percepito). • Survey campionarie (conoscenza salute visiva).
	2.3. Analisi Mixed-Methods dell'Impatto: Integrazione e triangolazione dei dati qualitativi e quantitativi per una valutazione robusta.	• Software per analisi qualitativa (es. NVivo) e quantitativa. • Focus Group e Interviste semi-strutturate.
<b>O3. PARTECIPAZIONE E ACCESSIBILITÀ</b> Garantire che il processo valutativo sia inclusivo, pienamente accessibile e valorizzi la voce diretta dei beneficiari (Valutazione Partecipata).	3.1. Implementazione di Tecniche Narrative: Raccolta di dati primari attraverso strumenti auto-riflessivi e co-creati dai giovani.	• Diari Sensoriali (Fase 3). • Diari Incrociati (Fase 5). • Mappature Emotive e Sensoriali (Fase 5).
	3.2. Coinvolgimento dei Beneficiari nell'Analisi: Raccolta sistematica e analisi partecipata delle storie di cambiamento.	• Protocollo Most Significant Change (MSC). • Panel di selezione partecipata delle storie. • Partecipazione ai Learning Labs locali.

	3.3. Garanzia di Accessibilità del Processo M&E: Adattamento di tutti gli strumenti e i momenti di valutazione.	• Strumenti Accessibili: Versioni digitali (screen reader ready), audio, Braille, alto contrasto (con supporto UICI/I.Ri.Fo.R.).
<b>04. UTILIZZO STRATEGICO E SCALABILITÀ</b> Generare evidenze robuste per la comunicazione, l'advocacy e la futura replicabilità del modello LUCE (Utilization-Focused Evaluation).	4.1. Rielaborazione Strategica dei Risultati (AIL Pillar 3): Produzione di reportistica d'impatto integrata e trasparente.	• Performance Story Reports: Report che integrano dati quantitativi e analisi narrative robuste (storie MSC). • Report di Valutazione d'Impatto Finale.
	4.2. Comunicazione d'Impatto e Advocacy: Traduzione delle evidenze in prodotti di comunicazione strategica.	• "Narrazioni d'Impatto" (per disseminazione Fasi 7 e 8). • Policy Briefs.
	4.3. Promozione della Scalabilità: Analisi dei fattori di sostenibilità ed elaborazione di raccomandazioni per la rete nazionale ANSPI (1500 oratori).	• Analisi delle reti territoriali. • Case studies. • Linee Guida per la Replicabilità del modello LUCE.

### 11. Attività di comunicazione

(Indicare, se previste, le attività di comunicazione del progetto/iniziativa)

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia
Creazione di una brand identity digitale ed elaborazione di una strategia comunicativa sia interna sia di condivisione digitale	Sito internet e pagine social del capofila; siti e/o pagine social degli enti associati e delle collaborazioni gratuite.  Server condiviso Indirizzo mail dedicato	Num. 1 logo realizzato (con variazioni di formato e adattamenti utili ad applicazioni in monocromatico); Template e modelli per la realizzazione di locandine e infografiche coordinate.  Riconoscibilità delle varie attività dell'iniziativa.  N.1 spazio virtuale di condivisione e messa in comune di materiali e documentazione progettuale.  Num. 1 documento di Digital Strategy per uniformare la comunicazione sociale tra capofila, partner e affiliati e piano editoriale di comunicazione	SI: report di comunicazione e, aggiornamenti dedicati al progetto pubblicati sul sito, post condivisi online; report condivisi.
Social networking e storytelling digitale	Principali account social network dell'ente capofila, dei partner di progetto e degli	Ampia diffusione degli obiettivi generali del progetto e delle sue aree prioritarie.	SI: report di comunicazione dal quale si evinca lo studio del

	enti affiliati. Programmi professionali per studio grafiche, impaginazione, redazione, creazione post, ottimizzazione notizie. Programmi professionali per impaginazione, stile grafico/layout, ottimizzazione pagine web e tutti i contenuti annessi. Pagine web ufficiali di UICI e di Anspi	Storytelling digitale relativo alle diverse attività di progetto, raccontato in 100 contenuti diversificati (infografiche, foto, link di rimando, grafiche con audio).	traffico dati social web e la fidelizzazione degli utenti (numero di post pubblicati, num.like,num.di condivisioni, num. visualizzazioni).
Promozione, sensibilizzazione e comunicazione delle azioni di progetto	Pubblcazioni online (sito internet, pagine social). Mailing list, newsletter, liste broadcast. Materiali cartacei: locandine, poster, infografiche, dépliant, opuscoli, riviste (in particolare su testate cartacee ufficiali di UICI e A.n.s.p.i. nazionale APS ETS) Eventi, congressi e incontri istituzionali in collaborazione con il Copercom, realtà esperta in comunicazione.	Ampia diffusione delle iniziative del progetto, con pubblicazione variabile in base alle testate (cadenza mensile o settimanale), e allo stile scelto (riviste per ragazzi, riviste scientifiche, riviste culturali, riviste sull'attualità, etc..) N.7 appuntamenti in presenza sugli obiettivi e le aree prioritarie del progetto (Copercom) Facilitazione della consultazione di tutte le riviste, ad eccezione di quelle in formato mp3, già presenti nel sito Internet dell'Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti - Onlus all'indirizzo: <a href="http://www.uiciechi.it/servizi/riviste/main_riv.asp">http://www.uiciechi.it/servizi/riviste/main_riv.asp</a>	SI: numero di partecipanti agli eventi; report di comunicazione (num. pubblicazioni, num. utenti raggiunti tramite mail e liste, num. locandine realizzate e pubblicate, articoli pubblicati); download riviste
Promozione e disseminazione dei risultati di progetto	Sito internet del capofila, dei partner, degli enti associati e dei collaboratori gratuiti (dove attivi). Principali pagine social di tutti gli enti coinvolti. Articoli pubblicati su riviste, giornali, inserti. Gadget Materiale grafico ed infografico: locandine, poster, etc.	Condivisione sulle pagine social dei risultati raggiunti in itinere. Ampia diffusione su scala nazionale degli output di progetto.	SI: report di comunicazione con evidenza di num. articoli/post pubblicati; num. inserti realizzati; num. gadget e output realizzati e consegnati; num. materiale infografico realizzato.

<p>Comunicazione in formato sonoro per raggiungere al meglio gli utenti con disabilità visiva</p>	<p>Programmi professionali per fonti audio-visive e sonore;  Programmi professionali per ideazione, costruzione, produzione e diffusione di prodotti in formato audio  Pagina web ufficiale  Piattaforma web dedicata  Servizio abbonamenti</p>	<p>N. 10 audio per garantire ampia diffusione, divulgazione e condivisione sia delle iniziative, quanto dei dibattiti che si potrebbero generare da esse.  Versione audio di una sezione adattata (servizio Libro Parlato dell'UICI) e testo digitale leggibile da screen reader, Braille, alto contrasto) dei vademecum descritti nella fase 3: "Strumenti per vedere oltre" e vademecum estivo, distribuiti in n.1500 copie  Inserimento efficace dei sonori realizzati in vari contesti (podcast, radio, web, etc.)</p>	<p>Report di comunicazione con dettagli diffusione ai materiali audio in diversi contesti.</p>
<p>Servizio radiofonico in diretta web</p>	<p>Pagina web ufficiale  Piattaforma dedicata  Programmi professionali per fonti audio-visive e sonore;</p>	<p>N. 1 rubrica mensile dedicata al progetto, all'interno del servizio radiofonico Slash Web Radio che va in onda tutti i giorni e offre ai suoi ascoltatori un'ampia gamma di contenuti, dal sociale, alle notizie, passando per sport, cultura, tecnologia; tutto per rappresentare al meglio le persone cieche o ipovedenti, essendo manifesto di inclusività, accessibilità, creatività e autonomia.</p>	<p>Report di comunicazione con controllo riguardo a traffico, condivisioni radio e fidelizzazione utenti (N. visitatori e delle interazioni con gli ascoltatori, sia in diretta, sia tramite messaggi).</p>

Ufficio stampa	testate tradizionali e web nazionali; testate on line e web locali; comunicati stampa, interviste tv	N.1 gruppo di comunicazione condiviso (capofila e partner) almeno 10 articoli su testate tradizionali e web nazionali almeno 15 articoli su testate tradizionali e web locali almeno 15 comunicati stampa inviati almeno 2 interviste TV	Rassegna stampa
----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------

Allegati: n° 2 *relativi alle collaborazioni (punto 8).*