

CAPITOLATO SPECIALE

per l'affidamento diretto del “Servizio per lo sviluppo di percorsi di peer-education sul territorio provinciale” nell’ambito del progetto “PRE-GIO=Parma (e) Reggio Emilia Giovani” finanziato dall’iniziativa nazionale “PROVINCE X GIOVANI. INSIEME PER IL BENESSERE E IL PROTAGONISMO DELLE NUOVE GENERAZIONI” - Fondo Politiche Giovanili 2024 e 2025.

CUP: D39I26000040005

PARTE TECNICA

Art. 1. - Oggetto.

La Provincia di Reggio Emilia intende affidare il “Servizio per lo sviluppo di percorsi di *peer-education* sul proprio territorio provinciale” da inserire, per l’attuazione delle attività di propria competenza, nel progetto “PRE-GIO=Parma (e) Reggio Emilia Giovani”, finanziato nell’ambito dell’iniziativa nazionale “PROVINCE X GIOVANI. INSIEME PER IL BENESSERE E IL PROTAGONISMO DELLE NUOVE GENERAZIONI” – Fondo Politiche Giovanili 2024 e 2025.

Al Progetto PRE-GIO è stato assegnato dalla competente struttura ministeriale il Codice Unico di Progetto (CUP) n. D39I26000040005

Art. 2 – Obiettivo generale

L'obiettivo generale è la prevenzione e il contrasto del disagio giovanile e la promozione del benessere psico-sociale, attraverso la valorizzazione del protagonismo e della partecipazione attiva dei giovani.

Il progetto di educativa di strada e *peer education* funge da risposta preventiva strategica, in particolare nelle aree con alta concentrazione giovanile. L'iniziativa mira a trasformare la semplice "concentrazione numerica in una comunità coesa" in cui i ragazzi si sentano riconosciuti, ascoltati e parte attiva del contesto scolastico e sociale.

Questo intervento è volto a creare un argine concreto contro l'isolamento e la devianza, promuovendo al contempo il benessere scolastico e l'inclusione, e rafforzando i valori fondamentali di una cultura della legalità radicata nelle relazioni quotidiane.

Art. 3 – Obiettivi specifici

Gli obiettivi del progetto riguardano:

- Prevenire e contrastare il disagio giovanile attraverso la realizzazione di percorsi di coinvolgimento in attività sportive, culturali o laboratoriali, co-progettate insieme ai giovani stessi, mirate alla promozione del loro benessere e della loro salute e alla loro valorizzazione nel contesto di comunità.
- Promuovere il benessere psicosociale dei giovani, incoraggiando la loro partecipazione attiva e il protagonismo nella co-creazione e gestione delle iniziative, anche attraverso la *peer education*.
- Favorire l'identificazione precoce delle manifestazioni di disagio e l'orientamento verso i servizi di supporto territoriali, creando una rete efficace tra contesti formali e informali (scuole, associazioni, centri giovanili).

Art.4 – Partecipazione attiva e protagonismo dei giovani

Il progetto valorizza i giovani come **agenti di cambiamento**, superando il ruolo di meri destinatari per influenzare direttamente contenuti, metodi e decisioni.

Il coinvolgimento si basa principalmente su due metodologie:



1. Forme di Coinvolgimento Attivo

- **Peer Education:** È la forma più strutturata. Circa **15-20 studenti** vengono selezionati e formati come *peer educator* per la **co-facilitazione di workshop** con i coetanei su temi di benessere scolastico e prevenzione dei comportamenti a rischio.
- **Interventi di Strada:** Educatori operano negli spazi frequentati dai ragazzi per **costruire una "base relazionale"** significativa, fondamentale per intercettare il disagio e promuovere stili di vita sani.
- **Co-progettazione e Co-gestione:** Gli studenti partecipano attivamente all'organizzazione di **eventi e attività di ricaduta**, realizzati **su loro proposta**, gestendo le iniziative che, ad esempio nel polo scolastico, coinvolgono l'intera comunità scolastica ed extrascolastica.
- **Consigli Giovanili (Funzione):** Il percorso di Peer Education agisce come uno **spazio di partecipazione** in cui gli studenti elaborano e formalizzano **proposte concrete di miglioramento** per la scuola, similmente alla funzione di un consiglio giovanile.



2. Livelli di Partecipazione e Influenza

L'influenza dei giovani avviene in tre livelli attraverso meccanismi di ascolto e feedback:

- **Influenza sui Contenuti:** I giovani determinano l'agenda. Attraverso gli spazi di riflessione e ascolto (es. "Non è giusto che..."), fanno **emergere le criticità percepite** sulla qualità della vita scolastica. Questi vissuti negativi diventano i temi centrali e i contenuti del percorso formativo.
- **Influenza sui Metodi:** L'uso della **Peer Education** assicura un canale comunicativo orizzontale e autentico tra pari. L'**educativa di strada** garantisce un ascolto informale e continuativo, creando una base di fiducia necessaria per l'emersione di esigenze reali.
- **Influenza sulle Decisioni e Ricadute:** Le proposte di miglioramento elaborate dai giovani vengono trasformate in **azioni di cambiamento concrete** ("Dal sogno alla sfida") che sono successivamente condivise e implementate con la scuola. Le decisioni operative, come l'organizzazione di eventi, sono guidate dalle loro proposte, innescando un processo di **empowerment**.

In sintesi, la Peer Education è la **forza attivatrice** che offre ai giovani spazi di cambiamento concreti, agiti nella relazione con i compagni e nell'interazione con l'istituzione.

Art. 5 – Macrofasie e attività

Il progetto prevede una serie di attività divise in macrofasie a cui un soggetto è chiamato a partecipare **collaborando** con altri partner all'interno del raggruppamento oppure per **diretta iniziativa** e ricaduta sul territorio della Provincia di Reggio Emilia.

Tra le attività a cui si richiede di contribuire insieme ad altri partner s'intendono:

▪ Macrofase 1: Gestione, rendicontazione e monitoraggio del progetto

- Attività 1.1. Gestione e coordinamento del progetto

Si prevede la realizzazione di almeno 3 incontri specifici sul tema della gestione, rendicontazione e monitoraggio del progetto: **avvio progetto, intermedio e finale**. Non si



esclude l'organizzazione di periodici incontri mirati alla condivisione con i partner delle possibili criticità esecutive.

Nel **primo incontro** di coordinamento verrà presentato il piano di governance illustrato al punto 6.4. Nella **riunione intermedia** si analizzerà lo stato di avanzamento del progetto, il raggiungimento degli indicatori, e, in caso di deviazioni, si decideranno azioni correttive.

Nell'**incontro conclusivo** si procederà alla valutazione del progetto e si effettuerà un coordinamento finale per la preparazione del report da inviare a UPI nazionale.

Oltre a questi incontri sul project management, verranno organizzati incontri specifici per l'avvio e la gestione delle diverse macrofasi.

Tutti i materiali del progetto saranno disponibili a tutti i membri del progetto su una piattaforma di condivisione di file.

- Attività 1.2. Rendicontazione

Nella fase di rendicontazione si provvederà alla rendicontazione gestionale e finanziaria del progetto per le parti di competenza.

Dal punto di vista amministrativo, ogni organizzazione partner è responsabile della raccolta e archiviazione dei documenti relativi alle attività da essa svolte in riferimento al progetto. Ogni partner deve conservare tale documentazione in modo organizzato al fine di fornirla, se richiesta, insieme ad altri documenti ufficiali, per esempio output specifici o rapporti stilati regolarmente.

La Provincia, come Ente capofila, metterà insieme la documentazione e preparerà i report per Upi.

- Attività 1.3. Monitoraggio

Il monitoraggio è una fase cruciale per garantire che gli obiettivi vengano raggiunti secondo le tempistiche, il budget e le specifiche previste. Verrà attuato secondo i seguenti strumenti: definizione preventiva di indicatori, come tra l'altro richiesta dal presente formulario (parte X), individuazione dei possibili rischi, che possono pregiudicare la riuscita del progetto, raccolta dati periodica per il controllo dell'avanzamento, la verifica che le attività siano completate nei tempi, con le modalità e con le risorse previste, attivazione di eventuali interventi correttivi.

Tutti i partner dovranno contribuire a raccogliere i dati relativi alle attività che gestiscono.

Per il monitoraggio non riguarda solo la raccolta di dati, ma anche l'incontro periodico con il team (come discusso nel punto 1,1).

Le attività di monitoraggio saranno accompagnate da adeguata documentazione: verbali, tabella indicatori. Una volta che il progetto è terminato, si farà una valutazione finale per verificare se sono stati raggiunti gli obiettivi iniziali per tutti i partner e per i beneficiari finali e per identificare le aree di miglioramento per progetti futuri.

Prodotti della Macrofase 1 (alla ditta potrà essere richiesto il contributo ai seguenti documenti del progetto originale PRE-GIO):

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Verbali- Report finale con tabella di indicatori |
|---|

Risultati della Macrofase 1 (alla ditta potrà essere richiesto il contributo ai seguenti documenti del progetto originale PRE-GIO):
--



- Migliore definizione dei ruoli e delle responsabilità dei vari partner.
- Migliore definizione delle attività e delle scadenze.
- Migliore definizione delle questioni gestionali e finanziarie relative all'attuazione del progetto.
- Adozione di azioni correttive, se necessario.

▪ Macrofase 2: Comunicazione e disseminazione dei risultati

- Attività 2.1. Strategia e Piano di Comunicazione, materiale di disseminazione, produzione di gadget, video, ecc.

Comunicazione istituzionale e territoriale.

La strategia di comunicazione del nostro progetto prevede una serie di strumenti atti a facilitare i passaggi informativi:

- Utilizzo coordinato dei canali social e dei siti web istituzionali esistenti dei partner (Provincia, ASP Fidenza, Consorzio Fantasia, scuole) per informare sul progetto e sulle sue fasi;
- Creazione di apposite pagine sui siti web dei partner e sui canali social, istituzionali e non. Ogni comunicazione terrà conto di: potenziale bacino di utenza, risorse necessarie per l'opportuna veicolazione dei messaggi, investimento per la sostenibilità delle informazioni anche oltre la durata del progetto.
- Collaborazione con media locali (giornali, radio, tv) per dare visibilità e risonanza alle diverse fasi del progetto;
- Campagne di sensibilizzazione su salute mentale giovanile, riduzione dello stigma e promozione della prosocialità rivolte alla comunità educante e alla cittadinanza.

Comunicazione con e per i giovani:

- Coinvolgimento di peer educator formati nel progetto per comunicare in modo autentico e credibile con i coetanei;
- Valutazione attenta dell'attivazione di canali digitali diretti (gruppi WhatsApp/Telegram). Prima dell'attivazione sarà effettuata un'analisi dei rischi che consideri: rischio di dispersione della comunicazione, necessità di moderazione continuativa, gestione di eventuali contenuti problematici, privacy e protezione dati dei minori, potenziale esclusione di giovani non connessi. I canali digitali diretti saranno attivati solo se necessari e come strumento complementare (non sostitutivo) al contatto diretto;
- Supporto ai giovani nella comunicazione delle iniziative co-progettate, valorizzando il loro ruolo di protagonisti attraverso la creazione di contenuti realizzati direttamente da loro.

Produzione contenuti social

La produzione di contenuti per i canali social dei partner seguirà un piano editoriale strutturato che prevede:

- Reel e video brevi (30-60 secondi): testimonianze dirette dei giovani, dietro le quinte delle attività, pillole informative su salute mentale e benessere emotivo, presentazione delle iniziative co-progettate;
- Caroselli fotografici: documentazione delle attività laboratoriali, sociali e culturali, infografiche educative sui temi del progetto, prima/dopo dei progetti di cittadinanza attiva (cura spazi pubblici);
- Storie Instagram/Facebook: aggiornamenti in tempo reale durante le attività, sondaggi e quiz interattivi per coinvolgere i follower, countdown verso eventi importanti, takeover da parte dei giovani partecipanti;



- Post fotografici con testo: approfondimenti sui temi della salute mentale, presentazione dei partner e degli operatori, call to action per la partecipazione, condivisione di citazioni e riflessioni dei giovani coinvolti;
- Video-interviste e podcast: conversazioni con giovani partecipanti, testimonial locali, esperti di salute mentale giovanile;
- Grafiche informative: date e modalità di partecipazione, risultati raggiunti, dati di impatto del progetto.

Frequenza di pubblicazione: almeno 2 contenuti mensili per ciascun canale principale, con intensificazione durante gli eventi e le fasi cruciali del progetto.

Documentazione e valorizzazione:

- Produzione di materiali video e fotografici che documentino le attività svolte e diano voce ai giovani partecipanti;
- Creazione di materiali informativi cartacei e digitali (brochure, locandine, infografiche) per le diverse fasi del progetto;
- Archivio digitale accessibile con tutta la documentazione prodotta.

• Attività 2.2. Eventi di comunicazione e disseminazione sul territorio

Questa fase prevede la realizzazione di momenti pubblici di incontro con la comunità, articolati lungo tutto il percorso progettuale:

Evento di avvio del progetto:

- Presentazione pubblica degli obiettivi, delle metodologie e delle opportunità di partecipazione;
- Coinvolgimento di testimonial locali che possano fungere da "ambasciatori" del progetto presso i giovani del territorio;
- Lancio della campagna di sensibilizzazione sulla salute mentale giovanile.

Eventi intermedi di promozione e protagonismo giovanile:

- Presentazione pubblica delle iniziative culturali, sociali, musicali, artigianali co-progettate dai giovani partecipanti;
- Eventi promozionali delle attività di peer-mentoring e peer-support condotti dai giovani per altri giovani;
- Momenti di cittadinanza attiva aperti alla comunità (inaugurazione di spazi riqualificati, presentazione di progetti di cura di giardini/parchi);
- Spettacoli, concerti, mostre, tornei sportivi eventualmente ideati e organizzati dai giovani del progetto;
- Workshop tematici aperti al pubblico su benessere emotivo, gestione dello stress, prosocialità.

Momenti di sensibilizzazione territoriale:

- Incontri pubblici e seminari sulla salute mentale giovanile con esperti del settore;
- Collaborazione con eventi territoriali già esistenti (sagre, festival, manifestazioni sportive) per inserire momenti di sensibilizzazione e visibilità del progetto.

Evento finale di restituzione:

- Grande evento pubblico co-progettato dai giovani partecipanti come protagonisti;
- Presentazione dei risultati raggiunti attraverso video, foto, testimonianze dirette, performance artistiche;
- Condivisione delle competenze acquisite e dei percorsi di crescita personale;
- Conferenza stampa finale con presentazione dei dati di impatto e delle prospettive future;



- Momento celebrativo e di ringraziamento per tutti gli attori coinvolti (giovani, famiglie, operatori, partner, comunità).

Modalità di comunicazione degli eventi:

- Conferenze stampa pre-evento per massimizzare la copertura mediatica;
 - Campagne social mirate;
 - Distribuzione di materiali informativi presso scuole, centri giovanili, luoghi di aggregazione;
 - Coinvolgimento diretto dei giovani partecipanti nella promozione attraverso il passaparola e i loro network personali;
 - Copertura in diretta degli eventi sui social dei partner (dirette Instagram/Facebook);
 - Produzione di materiali di documentazione (video recap, gallery fotografiche) da condividere successivamente.
- Attività 2.3. Campagne e iniziative di sensibilizzazione su salute mentale, riduzione dello stigma e promozione della pro-socialità

Campagna "Parlarne è normale" - Sensibilizzazione su salute mentale, riduzione dello stigma e promozione della prosocialità.

Questa fase trasversale accompagna l'intero percorso progettuale con l'obiettivo di modificare la percezione culturale della salute mentale giovanile nel territorio, abbattere le barriere dello stigma e promuovere comportamenti prosociali. La campagna si rivolge sia ai giovani sia alla comunità educante e alla cittadinanza nel suo complesso, integrando tre assi tematici complementari in un'unica strategia comunicativa coerente.

Il titolo "Parlarne è normale" sintetizza l'approccio del progetto: rendere prassi "normale" il dialogo sulla salute mentale è il primo passo per ridurre lo stigma e promuovere relazioni prosociali di supporto reciproco. La campagna si sviluppa attorno al concetto che prendersi cura del proprio benessere emotivo e di quello degli altri è un comportamento naturale, positivo e da valorizzare, non qualcosa di cui vergognarsi, per cui isolarsi.

Identità visiva e comunicativa:

- Linguaggio diretto, youth-friendly, non medicalizzante e non stigmatizzante;
- Protagonisti della comunicazione: i giovani stessi, con testimonianze autentiche e linguaggio peer-to-peer;
- Tono: empatico ma non pietistico, empowerment-oriented.
- Obiettivo: normalizzare il dialogo sulla salute mentale tra i giovani e nelle famiglie, promuovendo la ricerca di aiuto come segno di forza e consapevolezza.
- Azioni previste:
- Produzione di una serie di video-testimonianze (2-3 minuti) in cui giovani, giovani adulti e testimonial locali condividono esperienze personali di disagio emotivo e percorsi di recupero, enfatizzando il valore del parlarne e del chiedere aiuto;
- Distribuzione di materiali informativi (brochure, locandine, segnalibri) presso scuole, biblioteche, centri giovanili, ambulatori pediatrici con informazioni su: riconoscimento dei segnali di disagio emotivo, quando e come chiedere aiuto, mappa dei servizi territoriali disponibili;
- Realizzazione di una "parete dell'ascolto" o "mappa dell'empatia" collaborativa: installazione pubblica dove cittadini e giovani possono condividere pensieri su cosa significhi accogliere il disagio dell'altro e l'importanza di parlarne senza giudizio.

Aggancio a giornate tematiche

Utilizzo strategico di ricorrenze significative per dare continuità e rilancio alla campagna. Ad esempio:



- Giornata mondiale della salute mentale (10 ottobre): focus su normalizzazione del disagio;
- Giornata mondiale della gentilezza (13 novembre): focus su prosocialità;
- Giornata contro il bullismo e cyberbullismo (7 febbraio): focus su riduzione dello stigma;
- Settimana del benessere psicologico (regionale/nazionale): intensificazione di tutte le azioni.

Integrazione con gli eventi del progetto:

Tutti gli eventi di disseminazione territoriale (avvio, intermedi, finali) saranno caratterizzati dalla presenza della campagna "Parlarne è normale" con materiali, installazioni, momenti dedicati.

Prodotti della Macrofase 2 (alla ditta potrà essere richiesto il contributo ai seguenti documenti del progetto originale PRE-GIO):

Materiali e strumenti di comunicazione:

- Piano di comunicazione dettagliato con cronoprogramma, target e KPI per ciascuna fase progettuale;
- Report di valutazione costi/benefici per canali dedicati (sito web e social);
- Pagina web dedicata e canali social sul progetto;
- Almeno 3 campagne di sensibilizzazione tematiche (salute mentale giovanile, riduzione dello stigma, prosocialità);
- Materiali informativi digitali (brochure, locandine, infografiche) per ciascuna fase, alcuni dei quali eventualmente stampabili;
- Kit di comunicazione per i partner con linee guida, loghi e modelli condivisi.

Contenuti multimediali:

- Piano editoriale social con almeno 50 contenuti pubblicati nel corso del progetto (mix di reel, caroselli, storie, post, video-interviste);
- Almeno 6 reel/video brevi con testimonianze e documentazione attività;
- Almeno 7 caroselli fotografici tematici;
- Serie di almeno 3 video-interviste/podcast ai protagonisti del progetto;
- 5 infografiche e materiali visual per comunicare dati e temi del progetto;
- Reportage fotografico completo delle attività (minimo 30 foto selezionate);
- Archivio digitale organizzato e accessibile.

Eventi realizzati:

- 1 evento di avvio del progetto;
- Almeno 3 eventi intermedi di promozione e protagonismo giovanile;
- Almeno 2 momenti pubblici di sensibilizzazione tematica;
- 1 evento finale di restituzione;
- Almeno 2 conferenze stampa durante il percorso progettuale.

Risultati della Macrofase 2 (alla ditta potrà essere richiesto il contributo ai seguenti documenti del progetto originale PRE-GIO):

Raggiungimento e coinvolgimento:



- Almeno 500 giovani raggiunti attraverso i canali di comunicazione (digitali e analogici);
- Almeno 100 giovani intercettati e avvicinati alle attività del progetto attraverso eventi, passaparola e comunicazione peer-to-peer;
- Incremento della partecipazione giovanile alle iniziative del territorio;
- Almeno 200 partecipanti complessivi agli eventi di disseminazione territoriale.

Sensibilizzazione della comunità:

- Almeno 1.000 cittadini raggiunti attraverso eventi pubblici, media locali e campagne di sensibilizzazione;
- Almeno 9 uscite su media locali (articoli stampa, servizi radio/tv, interviste) durante il percorso progettuale;
- Aumento della consapevolezza sul tema della salute mentale giovanile presso la comunità educante (famiglie, insegnanti, operatori), rilevabile attraverso questionari pre/post progetto;
- Riduzione dello stigma sulla salute mentale giovanile.

Visibilità e valorizzazione:

- Almeno 500 interazioni complessive sui canali social dei partner (like, commenti, condivisioni);
- Creazione di un repository digitale accessibile con tutta la documentazione del progetto.

Empowerment dei giovani:

- Creazione di almeno 1 iniziativa pubblica (eventi culturali, sociali, laboratoriali) ideata, organizzata e promossa autonomamente dai giovani partecipanti;
- Aumento delle competenze comunicative, organizzative e di cittadinanza attiva dei giovani coinvolti, valutabile attraverso strumenti di autovalutazione e osservazione da parte degli operatori.

Impatto sul territorio:

- Creazione di una rete comunicativa stabile tra i partner che continui oltre la durata del progetto;
- Riconoscibilità del progetto come punto di riferimento territoriale per il benessere giovanile ;
- Documentazione completa e trasferibile delle buone pratiche sperimentate, utilizzabile per la replicabilità del modello in altri contesti.

Le attività di cui il soggetto sarà incaricato con responsabilità diretta sono le Attività 3.2 e 3.3 (Macrofase 3), Attività 4.1, 4.2 e 4.3 (Macrofase 4), Attività 5.1 5.2 e 5.3 (Macrofase 5) di seguito dettagliate e descritte.

▪ **Macrofase 3: Azioni di prevenzione del disagio giovanile**

• Attività 3.2. Outreach e aggancio dei giovani

La macrofase prevede il coinvolgimento diretto dei giovani con attività di outreach e coinvolgimento in contesti informali e non formali (centri di aggregazione, associazioni...altre realtà identificate nell'attività 1) rivolte in modo più generale ai giovani del territorio fascia d'età 14-25 anni e azioni di educativa di strada, rivolta in particolare a gruppi e a contesti esposti a specifici fattori di rischio, presenti nel contesto di Forno Taro.



In questo caso, gli educatori andranno **nei luoghi dove si aggregano giovani esposti a vulnerabilità** (strade, piazze, parchi, "zone grigie").

Presso la Provincia di Reggio Emilia l'intervento degli educatori si svolgerà negli spazi interni ed esterni del polo scolastico di via Makallè. L'obiettivo è **costruire una "base relazionale"** con gli studenti per intercettare forme di disagio e comportamenti a rischio.

- **Attività 3.3. Percorsi di sostegno per le famiglie intercettate**

Per dare continuità e profondità all'intervento educativo, verranno affiancati percorsi di sostegno alle famiglie intercettate dall'educativa di strada.

Questa attività è fondamentale per: comprendere meglio i bisogni del ragazzo, rafforzare le competenze educative dei genitori, creare un contesto più stabile per il giovane ridurre dinamiche conflittuali, trasformare la famiglia in un alleato dell'intervento educativo, anziché in un fattore ostacolante.

Questa attività verrà svolta attraverso colloqui, spazi di scambio, laboratori.

Prodotti della Macrofase 3:

- Mappatura dei luoghi di aggregazione giovanile (formali ed informali)
- Registri di giovani «agganciati» e coinvolti
- Valutazione più specifica dei bisogni

Risultati della Macrofase 3:

- Rafforzamento delle reti sociali e del senso di appartenenza al territorio;
- Riduzione dei fattori di rischio (isolamento, povertà educativa, ...) e contestuale potenziamento dei fattori di protezione (supporto degli adulti, accesso a opportunità positive).
- Aggancio precoce dei giovani fragili;
- Miglioramento del benessere sociale e della convivenza nel territorio.
- Riduzione di episodi di isolamento sociale e disagio psicologico;
- Incremento di pratiche relazionali sane tra i giovani (riduzione di comportamenti a rischio nelle aree interessate);

▪ **Macrofase 4: Percorsi di promozione della pro socialità giovanile**

- **Attività 4.1. Attività di peer-mentoring e peer-support: giovani guidano gruppi tra pari con supervisione di adulti di riferimento**

Grazie alla creazione di rete territoriali e all'aggancio di giovani svolti nella macrofase 3, sarà possibile iniziare a creare percorsi di promozione della pro-socialità co-progettati da gli stessi giovani.

Si ritiene infatti poco efficace proporre ai giovani attività pensate e progettate dagli adulti.

Saranno i giovani a indicare quale attività realizzare sfruttando le opportunità offerte dalle reti territoriale precedentemente create.



Le attività pensate dai giovani saranno svolte sfruttando le reti educative presenti sui territori per il supporto degli adulti nella realizzazione, anche per la concessione di spazi e dotazioni strumentali.

Questo darà spazio al loro protagonismo

Saranno incentivate attività che celebrino la diversità culturale e promuovano un'identità etnica positiva per contribuire a una maggiore fiducia culturale e a un senso di appartenenza tra i giovani di minoranza.

Presso la Provincia di Reggio Emilia, verranno selezionati e formati circa 15-20 studenti motivati per un discorso di peer education, che diventeranno co-facilitatori di percorsi di promozione del benessere scolastico e di cura degli ambienti

- Attività 4.2. Realizzazione delle attività pensate e coprogettate dai giovani

Realizzazione delle attività pensate e coprogettate dai giovani (a titolo esemplificativo potranno essere tornei sportivi, rappresentazioni teatrali, culturali musica, laboratori artigianali o di altro tipologia)

- Attività 4.3. Restituzione pubblica

La restituzione alla comunità rappresenta il momento conclusivo dei percorsi di co-progettazione giovanile ed è pensata come un evento pubblico in cui i giovani presentano, mostrano o mettono in scena i risultati delle attività realizzate durante il progetto.

La restituzione renderà visibile l'impatto positivo delle loro azioni alla cittadinanza, alle famiglie, alle istituzioni e alle reti educative coinvolte. La restituzione potrà assumere forme diverse in base ai progetti co-creati dai giovani: performance artistiche, mostre, concerti, presentazioni multimediali, tornei sportivi, esposizioni di prodotti artigianali, momenti di storytelling o testimonianze.

L'evento sarà interamente progettato insieme ai giovani, che si occuperanno — con il supporto degli educatori — della definizione dei contenuti, dell'allestimento, della comunicazione e dell'organizzazione logistica. La comunità sarà coinvolta attivamente non solo come pubblico, ma come parte integrante del processo, attraverso associazioni, istituzioni, famiglie...

Prodotti della Macrofase 4:

- Workshop di co-progettazione
- Eventi di restituzione alle comunità
- Lezioni interattive con stimoli teorici, circle time, lavori individuali e in piccolo gruppo, discussioni in plenaria, simulate, attivazioni digitali (kahoot, mentimeter, padlet, wordwall...), compiti di realtà.

Risultati della Macrofase 4:

- **Rafforzamento dell'identità personale e culturale, con un conseguente aumento dell'autostima.**
Le attività incoraggeranno l'esplorazione della propria identità, la valorizzazione delle competenze e la percezione positiva di sé, migliorando la fiducia nelle proprie capacità.
- **Potenziamento del protagonismo giovanile.** I giovani saranno coinvolti in ruoli attivi (facilitatori, organizzatori, referenti di gruppo).



- Rafforzamento del legame tra giovani e territorio e della relazione giovani - comunità.
- Aumento della **consapevolezza interculturale** e riduzione di stereotipi e atteggiamenti discriminatori.
- Incremento delle soft skills tra i partecipanti e aumento della partecipazione attiva dei giovani nella co-progettazione e gestione delle iniziative
- Collaborazione tra contesti formali e informali;
- Reggio Emilia. Il percorso mira a stimolare una riflessione sulla scuola come **contesto di vita** (rapporti con docenti, compagni, ambiente), affrontando in modo propositivo le **criticità percepite** dagli studenti e costruendo proposte concrete di miglioramento da condividere con l'istituzione. La Peer Education funge da **forza attivatrice** per il cambiamento, agito attraverso la potenza pedagogica della relazione tra pari.

▪ Macrofase 5: Percorsi di educazione socio-affettiva

• Attività 5.1. Monitoraggio di potenziali situazioni di conflitto e Mediazione di comunità

Tutte le fasi del progetto che coinvolgono direttamente i giovani saranno supportate, soprattutto nelle situazioni più delicate, da strategie di gestione dei conflitti e rifocalizzazione su competenze di comunicazione non violenta grazie al supporto di operatori esperti. Nel lavoro di strada con i gruppi informali di giovani, spesso si riscontrano situazioni conflittuali intergenerazionali, anzi la richiesta di intervento degli operatori di prossimità è spesso motivata da situazioni di scontro tra i gruppi e il mondo adulto che segnala situazioni di comportamenti non appropriati da parte di questi gruppi.

Verranno pertanto monitorate già dall'avvio del progetto potenziali situazioni di conflitto nei contesti formali e informali. In queste situazioni, le equipe educative mettono in atto una mediazione di comunità, vale a dire un processo che mette in relazione i giovani e gli adulti (famiglie, esercenti, cittadini, rappresentanti delle istituzioni etc.): gli educatori mantengono costanti contatti tra le parti, cercando di spiegare aspettative e bisogni gli uni agli altri, favorendo la comprensione reciproca e l'individuazione di modalità di convivenza civile.

• Attività 5.2. Interventi educativi individuali o di gruppo di regolazione emotiva

Sia nei contesti formali sia in quelli informali, spesso si registra la necessità di promuovere il benessere psicologico della popolazione giovanile, soprattutto per preadolescenti e adolescenti. Una migliore capacità di gestire emozioni quali ansia, stress e rabbia facilita le relazioni, incrementando l'autonomia personale, la partecipazione sociale e diventando al contempo un fattore protettivo contro il disagio e l'isolamento. Inoltre una migliore competenza emotiva favorisce la prevenzione dei conflitti sia tra i pari, sia con gli adulti.

In questa attività progettuale si propongono quindi interventi educativi, individuali o di gruppo, finalizzati all'apprendimento di strumenti pratici di regolazione emotiva e all'incremento delle personali abilità relazionali e socio emotive.

• Attività 5.3. Promozione della legalità

Nelle attività di educativa di strada, dove il disagio si manifesta concretamente in tutte le sue forme, sono necessarie azioni che mirano a prevenire i comportamenti a rischio e a rafforzare il senso civico dei giovani. Agire sui giovani e con i giovani nei loro contesti di vita, è importante per promuovere la loro responsabilità individuale nei confronti della collettività,



L'aggancio dei ragazzi avviene attraverso la costruzione della relazione di fiducia tra l'operatore e i giovani, un rapporto che muove le azioni, le determina tanto da arrivare alla co-costruzione di microprogettualità rivolte alla promozione del senso civico dei ragazzi, alla determinazione del significato del termine "scelta" e della sua conseguenza, al rispetto delle regole perché a vantaggio della convivenza civile e alla costruzione di un uso sano del loro tempo libero.

In questa attività progettuale verranno proposte diverse iniziative come le discussioni guidate su argomenti direttamente richiesti dai ragazzi e giovani, come l'uso di sostanze psicoattive, i rischi della sessualità, ma anche l'amicizia e il "piacere di trasgredire", trasformando questi momenti in occasioni di riflessione sulla legalità e la salute; i ragazzi non hanno la percezione di rovinare il proprio futuro, non pensano alle conseguenze dei loro comportamenti illegali perciò verranno proposti incontri anche con testimonianze di altri adulti per sottolineare l'importanza della correttezza, della giustizia, della rispetto e della propria responsabilità.

Prodotti della Macrofase:

- Report delle attività di confronto con i giovanile
- Report di attività tra comunità e giovani

Risultati della Macrofase:

- Riduzione dei conflitti tra gruppi di giovani e tra giovani e adulti
- Maggiore coesione fra i componenti della comunità
- Comportamenti antisociali ridotti.
- Migliore percezione della sicurezza e qualità della vita.
- Riduzione degli interventi delle Forze dell'Ordine in tutti i territori coinvolti dal progetto.
- Prevenzione a lungo termine della devianza.
- Attivazione della comunità locale.

Art.6 – Risorse economiche

L'importo sul quale si chiede di formulare un preventivo è quantificato in euro 45.000,00 IVA inclusa.

Trattandosi di servizi di natura intellettuale non vengono indicati i costi della manodopera, né gli oneri per la sicurezza e non viene indicato il CCNL di riferimento.

Nella stesura dell'offerta economica è necessario tenere conto che, a titolo esemplificativo, le spese rendicontabili all'interno del progetto sono:

- costi del personale interno ed esterno per la realizzazione delle attività del progetto, corrispondenti alle retribuzioni lorde;
- spese di viaggio e di soggiorno del personale che partecipa al progetto (per esempio nell'ambito della realizzazione di riunioni, ecc.);
- spese necessarie all'espletamento delle attività progettuali e derivanti direttamente dalle esigenze di realizzazione del progetto (beni e servizi esterni; costi di progetto; volontari);

Tutti i costi devono essere obbligatoriamente costi reali e l'imposta sul valore aggiunto è ammissibile, qualora ai sensi della vigente normativa fiscale non sia già recuperabile.

Inoltre per essere considerati ammissibili, tutti i costi devono essere:



- necessari per l'attuazione del progetto e rispondere ai principi di buona gestione finanziaria, e soprattutto di razionalità e di rapporto costi/benefici;
- generati durante la durata del progetto;
- effettivamente sostenuti dal soggetto e registrati nella contabilità del progetto conformemente ai principi contabili;
- identificabili e controllabili e attestati da documenti giustificativi originali.

Per ogni ulteriore approfondimento si rimanda all'Allegato 1 contenente il bando dell'iniziativa nazionale "PROVINCE X GIOVANI. INSIEME PER IL BENESSERE E IL PROTAGONISMO DELLE NUOVE GENERAZIONI" - Fondo Politiche Giovanili 2024 e 2025 e agli Allegati 2, 3 e 4 contenenti il formulario completo e le Linee guida per le schede finanziarie.

Art. 7 - Servizio di documentazione

L'Operatore economico predispone e mantiene aggiornata una documentazione completa come descritto nelle singole azioni/macrofasi anche ai fini della successiva rendicontazione.

E' fatto obbligo all'aggiudicatario di apporre sul materiale prodotto/realizzato in ragione del presente affidamento, nel periodo che decorre dalla consegna del servizio alla fine del mese di agosto 2026, i riferimenti al contributo UPI PRE-GIO con le modalità che saranno dettagliate dal committente.

A fine progetto saranno stati elaborati i seguenti materiali, in parte evidenziati dagli indicatori di output del progetto PRE-GIO:

- registro dei destinatari coinvolti attivamente nelle attività (almeno 15-20 giovani coinvolti nel percorso di peer education);
- comunicazioni alle scuole e alle classi coinvolte (almeno 3 scuole e 1 classe ciascuna);
- moduli di adesione dei docenti alle attività svolte all'interno delle scuole (almeno 5 docenti);
- report e fotografie di azioni di pro-socialità realizzate (almeno 2 attività);
- registri, foto, video di giovani coinvolti in percorsi di pro-socialità;
- report di percorsi di educazione socio-affettiva realizzati (almeno 2 percorsi);
- report di adulti coinvolti nelle attività di sensibilizzazione attivate (almeno 2 adulti e 5 insegnanti);
- relazione illustrativa delle attività realizzate volta a condividere le buone pratiche sviluppate;
- documentazione amministrativo-contabile ai fini della rendicontazione del progetto secondo le modalità dettagliate periodicamente dal committente.

Ulteriori informazioni potranno essere richieste dal committente, per il periodo che decorre dall'inizio delle attività e fino al termine del servizio in essere anche in funzione del fabbisogno rendicontativo.

Nel caso in cui l'Ente decida di avvalersi dell'opzione di rinnovo i medesimi obblighi rendicontativi devono intendersi oggetto del relativo contratto.

Si specifica che su tutti i documenti amministrativi e contabili, relativi all'affidamento del servizio che decorre dalla consegna dello stesso alla fine del mese di agosto 2026, dovrà essere indicato il CUP del progetto "PRE-GIO=Parma (e) Reggio Emilia Giovani", D39I26000040005.

PARTE AMMINISTRATIVA

Art. 1 – Individuazione del contraente

Il servizio viene aggiudicato con affidamento diretto ex art. 50, comma 1, lett. b) del D.lgs. 36/2023, di seguito Codice, e ai sensi del Regolamento provinciale per la Disciplina dei Contratti, approvato con deliberazione consiliare n.33 del 27 novembre 2025.

Art.2 – Revisione prezzi – Art. 60 del D. Lgs. 36/2023

Trattandosi di appalto con prestazioni contenute nel tempo non si applica l'istituto della revisione prezzi.

Art. 3 – Modifica del contratto in fase di esecuzione

Qualora in corso di esecuzione si renda necessario un aumento o una diminuzione delle prestazioni fino alla concorrenza del quinto dell'importo del contratto, la stazione appaltante può imporre all'appaltatore l'aumento o la riduzione delle prestazioni contrattuali. In tal caso l'appaltatore non può fare valere il diritto alla risoluzione del contratto.

Art. 4 – Penali

In caso di gravi inadempimenti che pregiudicano in parte l'esecuzione del contratto viene applicata una penale pari al 1,5 per mille dell'importo del contratto; se l'inadempienza pregiudica in toto l'esecuzione dell'appalto del contratto, lo stesso viene risolto e si agisce nei confronti dell'operatore economico per il risarcimento del danno, procedendo alla ripetizione di somme corrisposte.

Art. 5 – Assunzione di responsabilità e assicurazione

Il legale rappresentante assume personalmente gli obblighi e le responsabilità attribuitegli dalle norme vigenti in materia di sicurezza, per la parte di competenza, e di quelle discendenti dal presente contratto, ferme restando le responsabilità proprie del R.U.P.

Il legale rappresentante ha depositato presso il committente copia conforme della polizza assicurativa contro tutti i rischi inerenti il servizio (RCT/RCO) n. _____, rilasciata da _____, Agenzia di _____, con efficacia dalla data di approvazione del medesimo contratto sino all'ultimazione delle prestazioni; tale polizza sarà prestata per un massimale unico complessivo di almeno 500.000,00.

L'Ente intende avvalersi, ai sensi del comma 4, dell'art. 53 del D.Lgs 36/2023, della facoltà di non chiedere la garanzia per la cauzione definitiva, in considerazione della natura e della durata del servizio.

Art. 6 – Divieto di subappalto

Data la particolarità del servizio non è ammesso il subappalto.

Art. 7 – Pagamenti dei compensi ed assunzione obblighi di tracciabilità

I pagamenti avverranno in tre tranches a fronte di fattura elettronica emessa ogni quattro mesi più una, a consuntivo, al termine del servizio. L'Una differente cadenza potrà essere definita nell'ambito del contratto di rinnovo (laddove l'amministrazione decida di avvalersi della relativa opzione).

Le fatture dovranno essere emesse in formato elettronico e dovranno:

- indicare tutti i dati relativi al pagamento (numero conto corrente bancario dedicato e codice IBAN oppure numero di conto corrente postale dedicato);



- riportare il codice CIG relativo al servizio;
- riportare il numero del buono d'ordine;
- indicare l'importo complessivo fatturato, secondo i pagamenti indicati nel capoverso precedente;
- essere trasmesse al SDI indicando in codice destinatario UF1187 (Identificativo della Provincia di Reggio Emilia), riportante il codice CIG di riferimento e riportare i riferimenti alle fasi e interventi svolti.

Nei documenti contabili, riferiti alle attività svolte nel periodo che decorre dalla consegna del servizio alla fine del mese di agosto 2026, dovrà inoltre essere indicato il codice CUP D39I26000040005.

Ai sensi della Legge 136/2010 la ditta ha indicato il seguente conto corrente bancario dedicato, da utilizzare, sia in entrata che in uscita, per tutta la gestione contrattuale: Istituto Bancario ____, intestato a ____, con sede a ____, Cod. Fisc. ____ P.IVA ____.

Il legale rappresentante dichiara inoltre che la persona delegata ad operare sul conto corrente suddetto è :

il Sig. ____, nato a ____ il ____, C.F. ____, in qualità di LEGALE RAPPRESENTANTE

Si precisa che, a pena di nullità del contratto, tutti i movimenti finanziari relativi al servizio oggetto del presente contratto, devono essere registrati sul conto corrente dedicato sopracitato e devono essere effettuati esclusivamente tramite lo strumento del bonifico bancario o postale, ovvero con altri strumenti di pagamento idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni (sono esentate le fattispecie contemplate all'art. 3, comma 3, della L. 136/2010).

Ai fini della tracciabilità dei flussi finanziari, gli strumenti di pagamento devono riportare, in relazione a ciascuna transazione posta in essere per il presente contratto, il Codice Identificativo della Gara (CIG) che è _____.

E' fatto obbligo di provvedere a comunicare ogni modifica relativa alle generalità e al codice fiscale delle persone delegate ad operare sul suddetto c/c dedicato.

A pena di nullità assoluta, il Titolare della ditta assume gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla legge sopra citata.

L'assunzione degli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari deve essere riportata in tutti i contratti sottoscritti con eventuali subappaltatori e subcontraenti della filiera delle imprese a qualsiasi titolo interessate al servizio di cui al presente contratto e la Provincia può verificare in ogni momento tale adempimento.

L'appaltatore, il subappaltatore o il subcontraente che ha notizia dell'inadempimento della propria controparte agli obblighi di tracciabilità finanziaria di cui alla Legge 136/2010, ne deve dare immediata comunicazione alla Provincia di Reggio Emilia e alla Prefettura-Ufficio territoriale del Governo di Reggio Emilia. Ad integrazione di quanto prescritto in materia di tessera di riconoscimento dall'articolo 18, comma 1, lettera u), del decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81, quest'ultima dovrà contenere, ai sensi dell'art. 5 della L. 136/2010, anche la data di assunzione e, in caso di subappalto, la relativa autorizzazione. Nel caso di lavoratori autonomi, la tessera di riconoscimento di cui all'articolo 21, comma 1, lettera c), del citato decreto legislativo n. 81 del 2008 dovrà contenere anche l'indicazione del committente.

Art. 8 – Risoluzione del contratto e recesso

Per la risoluzione e il recesso del contratto si applicano gli artt. 122 e 123 del Codice e gli artt. 10 e 11 dell'Allegato II.14, oltre a quanto indicato all'art. 4.

Art. 9 – Divieto di cessione del contratto – Cessione dei crediti



E' vietata la cessione parziale o totale del contratto d'appalto sotto qualsiasi forma: ogni atto contrario è nullo. È ammessa la cessione dei crediti, in base a quanto previsto dall'art. 120, comma 12 del D.Lgs. 36/2023.

Art. 10 – Codice di comportamento

L'impresa con riferimento alle prestazioni oggetto del presente contratto, si impegna ad osservare e far osservare ai propri collaboratori a qualsiasi titolo, per quanto compatibili con il ruolo e l'attività svolta, gli obblighi di condotta previsti dal codice di comportamento dei dipendenti della Provincia di Reggio Emilia, approvato con decreto presidenziale n. 116 del 19/07/2021, modificato con provvedimento n. 160 del 04/09/2023, visionabile al seguente link

<https://www.provincia.re.it/amm-trasparente/disposizioni-general/attigenerali/codice-di-comportamento/>

La violazione da parte dell'Appaltatore degli obblighi di cui al codice di comportamento predetto costituisce motivo di risoluzione di diritto del contratto, ai sensi dell'art. 1456 del Codice Civile.

Art. 11 – Definizione delle controversie

Per tutte le controversie che dovessero insorgere in merito all'interpretazione, applicazione ed esecuzione del contratto di appalto e per le quali non sia possibile addivenire ad un accordo bonario, viene dichiarato competente in via esclusiva il Foro di Reggio Emilia. E' esclusa la competenza arbitrale.

Art. 12 – Contratto

Il contratto verrà stipulato in forma scritta con scambio di corrispondenza secondo l'uso del commercio; il presente documento vale come schema di contratto contenendo tutte le prescrizioni cui deve attenersi l'operatore economico. Il contratto va stipulato entro trenta giorni dall'aggiudicazione, ai sensi dell'art. 55 del Codice.

Art. 13 – Trattamento dei dati personali

Si rimanda all'allegato 5 "Informativa dati personali".

Art. 14 – Norme finali

Per tutto quanto non espressamente disciplinato nel presente Capitolato troveranno applicazione le disposizioni contenute nel D.Lgs. 36/2023 modificato dal D.Lgs 209/2024 e negli Allegati agli stessi.

Allegati:

- 1. Bando
- 2. Progetto
- 3. e 4. Linee guida schede finanziarie
- 5. Informativa dati personali