



COMUNE di RIMINI

Progetto ENGAGE

***Campagna di Comunicazione
degli Enti Locali per coinvolgere
i cittadini ed i portatori d'interessi***



Supported by
**INTELLIGENT ENERGY
EUROPE**



Contenuto

- 1. Premessa**
- 2. L'impegno del Comune di Rimini per la sostenibilità energetica**
- 3. Il Patto dei Sindaci: Un Impegno per l'Energia Sostenibile.**
- 4. Obiettivi**
- 5. Indicatori di performance**
- 6. Gruppi d'interesse coinvolti**
- 7. Attività Preliminari**
- 8. Strategia di Comunicazione**
- 9. Crono programma**
- 10. Budget e Risorse umane**



1. Premessa

Il Comune di Rimini ha approvato con delibera di G.C. n. 25 del 24/1/2006, il Piano di Azione per la Sostenibilità Urbana quale base della politica energetica della città e strumento che non si limiti esclusivamente ad una funzione di controllo e coordinamento sugli inquinamenti, ma ponga il Comune in grado di fare e proporre politiche attive in campo ambientale.

Il 29 gennaio 2008 in occasione della Settimana Europea dell'Energia Sostenibile, la Commissione Europea ha lanciato il "Patto dei Sindaci" – Covenant of Majors (CoM) – con lo scopo di coinvolgere le comunità locali ad impegnarsi in iniziative per ridurre nelle città le emissioni di CO2 del 20% attraverso l'attuazione di un Piano d'Azione che preveda tempi di realizzazione, risorse umane dedicate, monitoraggio, informazione ed educazione all'energia sostenibile.

Con la delibera di C.C. n. 8 del 22/1/2009 il Comune di Rimini ha aderito alla campagna "Energia Sostenibile per l'Europa (SEE)" ed ha dato mandato al Sindaco per sottoscrivere il Patto dei Sindaci con lo scopo di coinvolgere le comunità locali ad impegnarsi in iniziative per ridurre nelle città le emissioni di CO2 del 20% attraverso l'attuazione di un Piano d'Azione per l'Energia Sostenibile;

Il Progetto ENGAGE, che si prefigge di rendere il Patto dei Sindaci per la riduzione delle emissioni nelle città (Covenant of Mayors) un successo a livello locale, rappresenta l'ambito in cui sarà realizzata una campagna informativa partecipata attraverso la quale il Comune di Rimini chiederà a tutti i Cittadini, le Imprese e gli altri Enti Pubblici, il loro contributo per raggiungere l'obiettivo di riduzione delle emissioni del 20%.



2. L'impegno del Comune di Rimini per la sostenibilità energetica

La “passione” per l'efficienza ed il risparmio energetici per la città di Rimini ha origine nella passata legislatura 2001-2006 con l'istituzione dell'Assessorato alle Politiche Ambientali, nato per dare una risposta concreta alla sottoscrizione, avvenuta nel 2001, del patto delle città italiane. Con tale intesa si fissavano gli obiettivi di proteggere il clima e rispondere alle esigenze della popolazione che richiedevano all'Amministrazione la risoluzione di alcune problematiche relative alla gestione del verde pubblico, alla mobilità lenta, alla qualità dell'aria ed in generale alla sostenibilità ambientale. Per cercare di raggiungere tale scopo è stato necessario coniugare due settori profondamente diversi, ma per certi aspetti molto legati: Ambiente ed Energia.

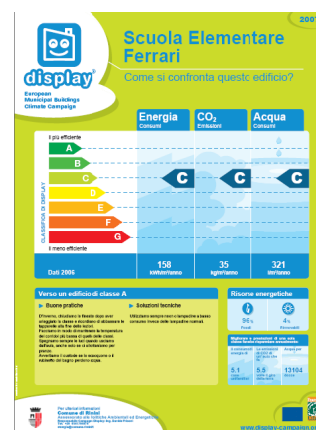
Per la prima volta si è dato avvio al coinvolgimento dei cittadini in quella che è stata la prima campagna informativa sulla qualità dell'aria, avviando parallelamente l'attività di verifica degli impianti termici previste dal DPR 412/93 per rispettare i principi di efficienza energetica e di sicurezza.

Il Comune di Rimini è intervenuto attivamente al tavolo tecnico di lavoro organizzato dalla Regione Emilia-Romagna, in collaborazione con l'ENEA, che ha portato alla delibera regionale n. 387/2002: atto che ha consentito la definizione delle procedure attuative per l'applicazione omogenea a livello regionale del DPR n. 412/93, compresa una massiccia campagna informativa (*Campagna CalorePulito*) della durata di due anni e di incentivi per la messa a norma ed efficienza degli impianti termici, dedicati alle famiglie meno abbienti.

Nella stagione 2004/2005 l'Assessorato ha voluto dare organicità all'azione intrapresa con la Campagna informativa CalorePulito per l'efficienza ed il risparmio energetici degli impianti termici puntando a sensibilizzare prima di tutto i cittadini sul tema energetico ed ha aderito prima all'Associazione Europea Energie-Cités (www.energie-cites.eu) e quindi alla Campagna Europea di etichettatura degli edifici pubblici *Display* (www.display-campaign.org). Questo progetto di etichettatura ci ha consentito di avere una sorta di **“certificazione energetica” dei nostri edifici** che sono stati classificati sulla base dei consumi energetici, idrici ed emissioni di CO₂, con l'indicazione delle **azioni da mettere in atto da parte di utenti e del gestore dell'edificio**, per il miglioramento della sua efficienza.

Nel 2005 sono stati etichettati 12 edifici, fra i quali la sede del Palazzo Comunale, dal 2007 abbiamo completato l'etichettatura DISPLAY per tutte le scuole primarie (31). I poster che riassumono i dati dell'etichettatura dell'edificio, sono stati collocati all'ingresso o negli atri degli edifici mostrando qual è la loro performance in termini di consumi ed emissioni.

La maggior parte degli interventi di efficientamento energetico è stata effettuata sulle scuole primarie, al fine di render ben visibile alle generazioni future ed alle loro famiglie l'impegno e l'attività che il Comune sta portando avanti per economizzare l'energia e le risorse economiche: quasi tutte le centrali termiche a gasolio sono sostituite con caldaie a gas ad elevata efficienza, sono stati realizzati cappotti termici e sostituiti gli infissi negli edifici in fase di ristrutturazione, si sono installate, in collaborazione col gestore del servizio di Global Service, cassette wc a doppio tasto e riduttori di flusso nei rubinetti dei bagni, il solare termico per l'acqua calda sanitaria nei nuovi centri sportivi ed una prima applicazione sperimentale di fotovoltaico (8 kWp) al servizio degli orti per gli anziani.



Tutte queste azioni realizzate sugli edifici pubblici hanno consentito un risparmio di circa 123 TEP/anno, e garantito nuove risorse finanziarie attraverso la vendita dei titoli di efficienza energetica TEE. Con tali risorse abbiamo finanziato progetti educativi per le scuole primarie (“L’energia va a scuola: gli enzimi della sostenibilità”, “Sinergicamente, Sinergicamente alla riscossa”) che puntano a realizzare attività per promuovere il risparmio energetico educando al corretto uso dell’energia a scuola ed in famiglia, premiando le scuole più virtuose ed organizzando visite guidate a parchi tematici dell’energia.

Per completare l’azione intrapresa con i progetti nelle scuole, ovvero sull’educazione dei futuri cittadini e consumatori, si doveva puntare anche sulle altre parti della società riminese e per far ciò si è colta l’occasione offerta da Energiè-Citès, prendendo parte al più importante progetto europeo sulle tematiche energetiche. Il progetto denominato BELIEF (Building in Europe Local Intelligent Energy Forums) ha l’ambizioso obiettivo di creare 20 comunità pilota energeticamente sostenibili (SEC) che elaborino, con la partecipazione dei portatori d’interesse locali ed i cittadini attraverso lo strumento del Forum locale, dei Piani d’Azione per la sostenibilità energetica (SEAP).



Il nostro Forum locale “BELIEF a Rimini” è stato avviato nel settembre 2006 ed ha registrato, ad ogni sessione pubblica, oltre 100 partecipanti. Numerosi stakeholder locali hanno aderito allo stesso producendo un notevole lavoro: la creazione dello Sportello Generale per l’Energia, la preparazione di due bandi per contributi per il solare termico, tariffe ICI agevolate per le abitazioni efficienti, corsi di formazione sul solare termico e fotovoltaico per i tecnici e professionisti, un sito web tematico, progetti educativi, seminari locali ed internazionali per promuovere la cultura della sostenibilità e la conoscenza delle nuove tecnologie.



Stante la orizzontalità delle problematiche della sostenibilità, tali progetti operativi si esplicano in larga parte attraverso azioni interdisciplinari che coinvolgono non solo i diversi settori del Comune di Rimini, ma anche fondamentalmente tutti i soggetti sociali del territorio riminese. È per cui fondamentale l’individuazione di un sistema di responsabilità e coordinamento all’interno dell’Ente. Tale ruolo viene esercitato dallo Sportello Generale per l’Energia (SGE), che ha il

compito di tessere la rete di collegamento e coordinamento fra i vari Settori dell’Azienda Comune.

Con l’istituzione di tale servizio (delibera G.C. n. 58 del 6/3/07) si è voluto creare un punto di riferimento unico per i diversi Settori dell’Amministrazione e per i soggetti esterni sulle tematiche energetiche che si occupa di:

- gestione e controllo dei consumi energetici ed idrici dell’Ente (rapporti col gestore del global service, impiantistica comunale, etichettatura DISPLAY degli edifici pubblici)
- collaborazione alla progettazione/ristrutturazione degli edifici comunali
- fonti rinnovabili (solare termico, fotovoltaico, geoscambio, biomasse, ecc.)
- efficienza energetica (cogenerazione e rigenerazione, climatizzazione estiva ed invernale, pompe di calore, ecc.)
- risparmio energetico (isolamento termico, elettrodomestici ad alta efficienza, riduzione dei consumi idrici e recupero delle acque)
- bioedilizia (orientamento edificio, bio-climatica, materiali naturali, fito-depurazione, ecc)
- incentivi locali e nazionali per i cittadini e la P.A. (preparazione bandi locali per contributi



Campagna di Comunicazione degli Enti Locali per coinvolgere i cittadini ed i portatori d'interessi

ed incentivi, informazioni su detrazioni fiscali, partecipazione a bandi nazionali per i progetti della P.A.)

- legislazione locale e programmazione attinente il tema energetico (regolamento edilizio, regolamento impianti termici, certificazione energetica, piano energetico comunale).



3. Il Patto dei Sindaci: Un Impegno per l'Energia Sostenibile.

Il Progetto ENGAGE si prefigge di rendere il Patto dei Sindaci per la riduzione delle emissioni nelle città (Covenant of Mayors) un successo soprattutto a livello locale coinvolgendo stakeholder e cittadini in impegni personali monitorati nel tempo (“engagements”) per il raggiungimento condiviso degli obiettivi europei sulla sostenibilità energetica e la protezione del clima.

Lo strumento che sarà utilizzato dal progetto sarà **una campagna di comunicazione partecipata** in 12 città pioniere, fra cui Rimini, Helsinki, Heidelberg, Pamplona, Rennes, Liegi, Newcastle e altre città europee, sarà diffuso su larga scala a livello delle singole nazioni e quindi europeo grazie alla successiva fase di disseminazione con una campagna a livello europeo.

Le città partner del progetto durante i 30 mesi di sviluppo del progetto dovranno impegnarsi a:

- Implementare la campagna di comunicazione partecipata (pilot phase)
- Condividere coi partner le esperienze locali (European ENGAGE Users' Club)
- Monitorare e valutare gli impatti (stakeholder e cittadini coinvolti, riduzioni di CO2, risparmio energetico, rinnovabili installate, ecc)
- Giocare un importante ruolo di esempio a livello locale, nazionale ed europeo (organizzazione di eventi a livello nazionale, visite studio di altre comunità' (“European ENGAGE Campaign”).

Il Progetto fa parte del programma di finanziamenti europei dell'agenzia per la concorrenza e l'innovazione (EACI) **Energia Intelligente per l'Europa (EIE)**, ha un budget di circa 2 milioni di euro e sarà co-finanziato per il 75%.

Leader del progetto è l'associazione europea Energy Cities che sarà coadiuvata come partner tecnico, dall'agenzia di comunicazione inglese Futerra, che aveva già sperimentato negli anni scorsi un'analogia iniziativa pilota nella città di Heidelberg.

Le città pioniere partner del progetto sono:

Heidelberg (Germania) 145.000 ab.
Växjö (Svezia) 81.074 ab.
Helsinki (Finlandia) 566.000 ab.
Liège (Belgio) 187.000 ab.
Ivanic-Grad (Croazia) 16.000 ab.
Pamplona (Spagna) 193 000 ab.
Newcastle (Regno unito) 270.000 ab.
Heerlen (Olanda) 90.000 ab.
Bielsko Biala (Polonia) 176.000 ab.
Rimini (Italia) 140.000 ab.
Oeiras (Portogallo) 162.000 ab.
Rennes (Francia) 210.000 ab.

A livello locale la campagna sarà supportata dalla Provincia di Rimini e dalla Regione Emilia-Romagna, mentre a livello nazionale sarà supportata direttamente **dalla Direzione Generale del Ministero dell'Ambiente** negli eventi pubblici.



4. Obiettivi

Obiettivo del progetto è la realizzazione di uno strumento capace di generare una campagna informativa innovativa, condivisa e partecipata da tutti gli attori della società civile (cittadini, dipendenti pubblici, aziende e associazioni), che sia capace di stimolare le persone verso comportamenti sostenibili. Nello specifico gli obiettivi che l'Amministrazione si prefigge di raggiungere col progetto sono:

- **Aumentare la consapevolezza dei cittadini e delle aziende** sul tema della sostenibilità energetica;
- **Contabilizzare la riduzione delle emissioni di CO2 degli impegni** (engagements) presi dai soggetti aderenti alla campagna al fine di migliorare la contabilizzazione al fine di raggiungere gli obiettivi del Piano di Azione per l'Energia Sostenibile (PAES) definiti nell'ambito del Patto dei Sindaci (-20% di emissioni al 2020);
- **Far conoscere attivamente ai cittadini e renderli partecipi delle azioni intraprese dall'Amministrazione** relativamente agli impegni europei assunti.



5. Indicatori di performance

Gli indicatori previsti dal progetto sono numerosi e di diversa natura: in generale l'indicatore principe sarà il monitoraggio ad un anno di distanza dagli *engagements* della riduzione delle emissioni di CO2 che sarà monitorata attraverso il tool di valutazione.

Relativamente alla verifica di svolgimento del progetto questi saranno gli obiettivi per la nostra città:

N. di meeting interdipartimentali dell'Amministrazione, partecipanti e decisioni (almeno 3)
Organizzazione di almeno 1 ENGAGE Day con esposizione di poster
Realizzazione di almeno 1 videoclip
N. di visite studio da parte di altre Amministrazioni locali nazionali e riscontri (10)
N. di presentazioni della campagna di comunicazione ad eventi locali e nazionali (2)
N. di engagements dell'Amministrazione (17) e monitoraggi (10)
N. di engagements degli Stakeholder (24) e monitoraggi (5)
N. di engagements dei cittadini (246) e monitoraggi (50)
N. di poster di dipendenti pubblici (20)
N. di poster di cittadini e stakeholder (275)

A questi indicatori si aggiungono quelli diretti per valutare l'efficacia della campagna di comunicazione:

N. di articoli pubblicati e comunicati stampa
N. di newsletter inviate
n. di post sulle bacheche dei social network
N. di poster affissi
N. di passaggi tv e radio

con le relative indicazioni di quantità pubblicazioni (copie) o contatti o potenziale audience.



6. Gruppi d'interesse coinvolti

I soggetti che saranno coinvolti nella campagna di comunicazione possono essere raggruppati in tre macro aree:

Pubblica Amministrazione

Sindaco e Assessori (almeno 3 partecipanti)

Consiglieri Comunali (almeno 5 partecipanti)

Dirigenti e Dipendenti pubblici (almeno 10 partecipanti)

Stakeholder

Aziende pubbliche e partecipate (almeno 2)

Aziende del settore energetico e trasporti (almeno 5)

Strutture turistiche (almeno 5)

Progettisti (almeno 5)

Scuole primarie e secondarie (almeno 5)

Società sportive (almeno 2)

Media (giornali, radio, tv - almeno 2)

Associazioni di categoria e Sindacati (almeno 2)

Cittadini

Famiglie

Pensionati

Giovani

Gruppi di Amici

Persone famose del territorio



7. Attività Preliminari

La campagna di comunicazione è stata preceduta dal lavoro preliminare di predisposizione degli strumenti operativi e della modulistica necessaria alla registrazione degli engagements: sarà sviluppata l'interfaccia grafica che sarà utilizzata per il concorso "ERRE COME... Record" per reclutare i cittadini alla campagna mediatica ed il tool di valutazione delle emissioni, disposti gli acquisti di banner per l'esposizione dei poster nei luoghi pubblici, predisporre la realizzazione del videoclip e le traduzioni del materiale, realizzati i meeting con i diversi settore dell'Amministrazione e le aziende partecipate per definire alcune azioni dirette di competenza. Inoltre è stata predisposta la traduzione in lingua italiana del sito web, delle linee guida e manuale d'uso dei tools on-line che le altre pubbliche amministrazioni nazionali aderenti alla campagna potranno utilizzare per generare i loro poster.

8. Strategia di comunicazione

La strategia di comunicazione predisposta ed approvata dall'agenzia di comunicazione inglese partner Futerra, è basata sul coinvolgimento diretto ed attivo dei soggetti attraverso "mini competizioni" sulla sostenibilità volte a premiare i migliori esempi.

Sperimenteremo, attraverso le sinergie con un progetto della rete regionale INFEA avviato già dall'autunno scorso, la fattibilità di una sorta di campionato della sostenibilità fra cittadini con l'attribuzione di punteggi predefiniti per singole azioni nei settori del risparmio ed efficienza energetici, mobilità e rinnovabili. Se l'iniziativa avrà il riscontro sperato implementeremo un'azione analoga per i dipendenti pubblici con tanto di premiazione durante uno dei due ENGAGE DAY (in primavera) previsti dal piano.

La modalità di comunicazione attraverso i poster ENGAGE è affine alle due campagne di comunicazione messe in atto da due eventi che hanno preso vita un paio di anni fa in città: il Forum Rimini Venture 2027 per la redazione del Piano Strategico ed AmbienteFestival un evento partecipato della durata di 10 giorni con mostre, convegni, workshop e tanta partecipazione dei cittadini e associazioni no-profit.

Per questa ragione abbiamo voluto, insieme all'ufficio del Piano Strategico, rafforzare il "city branding" della comunicazione dell'Amministrazione uniformandoci adeguando la campagna allo slogan del piano strategico: se in quell'occasione lo slogan era nella nostra campagna di comunicazione, considerando il basso appeal della traduzione italiana di engage – impegno, diventerà che meglio si adatta meglio allo scopo, mantenendo l'identità del messaggio di partecipazione attiva "cambia la tua città" e di incidenza diretta delle proprie azioni, richiamando lo slogan del Patto dei Sindaci coniato da Energie Cities nel 2008: "Play the game!"

Alcuni dei poster degli engagements, oltre ad essere pubblicati sito web del progetto saranno anche affissi pubblicamente negli spazi ed edifici pubblici, presso le aziende che li richiederanno nei centri commerciali, in spiaggia e negli alberghi durante l'estate, durante gli eventi fieristici e in altri punti di grande visibilità (si pensa di realizzare dei totem interattivi nei principali punti d'interesse della città legati all'iniziativa della Bandiera Blu).

Tutti i giorni presso l'URP i cittadini potranno ricevere materiale informativo sulla campagna ed aderirvi posando per una foto e dichiarando il proprio impegno e la



disponibilità o meno ad essere monitorati l'anno successivo.

Stiamo studiando dei gadget da distribuire a memoria dell'impegno e coerenti col city branding.

Tutti possono partecipare alla campagna liberamente con i loro impegni sia per natura che per entità, con ogni impegno piccolo o grande che sia i partecipanti devono aver chiaro che il nostro scopo è la riduzione delle emissioni e il risparmio energetico per avere una città dove si possa vivere meglio in accordo all'impegno preso col Patto dei Sindaci per mitigare gli effetti del cambiamento climatico globale. Per aderire all'iniziativa poster i partecipanti dovranno sottoscrivere una liberatoria ai sensi del Dlgs n. 196/03 (normativa nazionale sulla Privacy).

Per promuovere la campagna saranno organizzati un ENGAGE DAY, sincronizzato con i partner europei del progetto (15-16 ottobre come ipotesi in concomitanza di altri eventi connessi), ed una esposizione di poster connessa alla premiazione dei cittadini ed aziende sostenibili dell'anno in primavera (fine maggio o prima settimana di giugno). Gli eventi saranno organizzati in concomitanza di altre iniziative (es Festa delle Scuole, European Solar Week, Mobility Week o AmbienteFestival) ed accompagnati dall'affissione dei poster più interessanti e da una poster gallery allestita presso gli spazi comunali. Si cercherà di coordinare le date con eventi anche in altre città della Provincia o europee se possibile.

I media che saranno coinvolti saranno:

- newsletter comunali (Periodico Arengo e servizio SMS RiminiInOnda)
- sito web comunale e RiminiAmbiente
- social network (facebook e twitter)
- canale tematico su YouTube
- periodici, quotidiani, tv e radio locali attraverso comunicati stampa o redazionali
- periodici di settore ed associativi (articoli e speciali)



9. Cronoprogramma

ENGAGE Project Cronoprogramma

	Fasi	2010							2011												2012										
		giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Partecipazione al CD e European User's Club di Heidelberg (D)	1 – 2.3																														
Condivisione degli obiettivi del Patto dei Sindaci	3.1.1																														
Organizzazione dei meeting interdipartimentali	3.1.1																														
Presentazione del progetto engage alle P.A. (AmbienteFestival 2010)	3.1.1																														
Presentazione ENGAGE al Consiglio Comunale (2011 nuovo consiglio)	3.1.1																														
Partecipazione al CD e European User's Club di Rennes (F)	1 – 2.3																														
Attività preliminari della campagna di comunicazione	2.4																														
Preparazione Campagna di Comunicazione	3.1.2																														
Preparazione Progress Report	1.3																														
Reclutamento cittadini attraverso il concorso "ERRE COME ..Record"	3.2.2																														
Comunicazione del Sindaco ai Cittadini e mailing	3.1.2																														
Foto dipendenti pubblici e generazione primi posters	3.2.1																														
Poster Exhibition: Premiazioni (concorso Record, Dip. Sost.)	3.2.4																														
Reclutamento cittadini e stakeholder	3.2.2												SD				MW														
Foto cittadini e stakeholder	3.2.1																														
Pubblicazione poster cittadini e stakeholder	3.2.3																														
Partecipazione al CD e European User's Club di Liegi (B)	2.3																														
Engage Day (tbd)	3.2.2																	1 ed.												2 ed.	
Mostra di poster durante Presentazioni ENGAGE	3.2.4																														
Partecipazione al CD e European User's Club (RIMINI – KeyEnergy?)	2.3																														
Comunicazione attraverso i media (tv, giornali, periodici, internet)	3.2																														
Preparazione Interim Report (tecnico e finanziario)	1.3																														
Monitoraggio campagna di comunicazione ed engagements	4.1.2																														
Presentazione ENGAGE a 2 eventi nazionali (Solar Expo – Energy Med)	5.6												SE											EM							
Presentazione ENGAGE a 2 eventi regionali/locali	5.6																														
Organizzazione visite di studio per altri Enti Locali nazionali	5.6																														
Partecipazione al CD e European User's Club Ivanc Grad (HR)	2.3																														
Preparazione videoclip	5.3.2																														
Preparazione Report finale (tecnico e finanziario)	1.3																														
Partecipazione al CD e European User's Club (tbd)	2.3																														



10. Budget e Risorse umane

Il Progetto ha un budget complessivo di € 1.961.878 ed è cofinanziato al 75% dall'Agenzia europea per la Competitività e l'Innovazione (EACI) nell'ambito del programma Energia Intelligente per l'Europa (EIE). Il restante finanziamento sarà coperto con fondi propri dei partner (normalmente con ore lavorate dal personale interno partecipante direttamente al progetto).

Per lo sviluppo locale del progetto il budget del Comune di Rimini complessivo sarà di € 93.961 di cui € 70.471 cofinanziato dalla UE ed il restante a carico dell'Amministrazione, che sarà però coperto integralmente dal lavoro dei dipendenti o collaboratori coinvolti direttamente nel progetto (previste 2.292 ore lavorative suddivise fra almeno 4 dipendenti nei 30 mesi del progetto).

ENGAGE Project

Costs		
Total Direct Staff Costs (2.292 ore)		€ 48.835,00
Sucontracting		
Translations in national language	€ 500,00	
Printing Posters	€ 1.475,00	
ENGAGE DAYs (gadget, leaflet and communication,...)	€ 2.500,00	
Production of local promotional video	€ 3.000,00	
Total Subcontracting		€ 7.475,00
Travel Costs and Subsistence allowances for staff		
N. 6 Steering Committee and Users Club Meetings	€ 4.200,00	
Launching event of ENGAGE Campaign in Brussels	€ 550,00	
N. 2 Presentation of ENGAGE Campaign in national event	€ 600,00	
Total Travel Costs and Subsistence allowances for staff		€ 5.350,00
Other costs		
Organisation of Synchronised ENGAGE DAYs		€ 2.500,00
Organisation of study visit		€ 500,00
Total Direct Eligible Costs		€ 64.660,00
Indirect Eligible Costs (flat rate 60% of Staff Costs)		€ 29.301,00
Total Costs		€ 93.961,00

Income	
EU co-financing	€ 70.471,00
Rimini co-financing	€ 23.490,00
Total Income	€ 93.961,00



Lo staff che costituirà il progetto sarà costituito da:

Davide Frisoni – Project Manager

Organizzazione gestionale e tecnica del progetto, rappresentanza presso i comitati direttivi ed agli eventi internazionali, presentazione del progetto in occasione degli eventi locali e nazionali

Domenico Bartolucci – Senior Expert

Partecipazione ai meeting interdipartimentali e coordinamento degli eventi pubblici

Pietro Leoni/ Maria Stella Ludovichetti – Senior Expert

Organizzazione della comunicazione e degli Engage Days ed altri eventi locali

Luisa Rovituso – Expert (fino al 31/12/10 Marco Urbinati)

Gestione amministrativa del progetto, selezione fornitori servizi e beni

Karin Koenig – Junior Expert (Università di Bologna - Stage dal 20/1/11 al 30/4/2011)

Traduzione tools in lingua italiana, aggiornamento pagine web del progetto, gestione tools di valutazione delle emissioni





The sole responsibility for the content of this document lies with the authors. It does not necessarily reflect the opinion of the European Union. Neither the EACI nor the European Commission are responsible for any use that may be made of the information contained therein.