

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2021 – 2027 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2026 – CUP H14J23000770006

**Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A €
8.750,00**

Nome e cognome del legale rappresentante (in caso di partecipazione in forma singola)	GIAMPIERO MARTELLINI
Denominazione ente proponente	CARTACANTA ASSOCIAZIONE DI PROMOZIONE SOCIALE
oppure	
Nome e cognome del legale rappresentante del soggetto giuridico capofila (in caso di partecipazione in forma di associata)	
Denominazione enti associati in A.T.S.	

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2021 – 2027 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2026 – CUP H14J23000770006

Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A € 8.750,00

Titolo del progetto

“ PENSARE E COMUNICARE: IL SEGNO TOSCANO ”

Descrizione sintetica progetto (max 500 battute):

L'iniziativa è di promozione della responsabilità sociale e cambiamento, contenuto e comunicazione visiva.

Ispirata dall'attività di Andrea Rauch e Roberto Nistri, si compone di:

esposizione di manifesti dei più importanti graphic designer toscani dal 1960 al 2020 (3 - 23 giugno 2026 al MAD, ingresso libero);

due talk pubblici, Sala Ketty, sul tema dell'evoluzione della comunicazione grafica in relazione al mutare dei tempi;

una campagna di comunicazione mediatica degli stessi contenuti attraverso podcast e l'emissione radiofonica di due emittenti fiorentine, partner dell'iniziativa, (Controradio e Novaradio);

affissioni pubbliche dei 5 soggetti più iconici tra i poster in mostra che sia

contemporaneamente pubblicità all'evento e diffusione di contenuti in strada, nei quartieri;

fornitura gratuita del catalogo della mostra, Cartacanta Edizioni, alle biblioteche dei 5 quartieri di Firenze per ampliare e rendere permanente la divulgazione e,

per coinvolgere gli under 35, un concorso fotografico sui social (Contest Instagram).

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2021 – 2027 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2026 – CUP H14J23000770006

Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A € 8.750,00

Titolo del progetto																			
PENSARE E COMUNICARE: IL SEGNO TOSCANO																			
SINTESI CRONOPROGRAMMA inaugurazione mostra, affissioni e catalogo, talk e podcast, contest																			
Q1				Q2				Q3				Q4				Q5			
si	x	no		si	x	no		si	x	no		si	x	no		si	x	no	
NUMERO EVENTI (si intendono gli appuntamenti)																			
Indicare analiticamente: - date, - quartieri e luoghi - artisti/soggetti coinvolti Cronoprogramma modificabile ai sensi dell'art. 18 dell'Avviso.												data	quartiere	luogo	artisti/soggetti coinvolti				
												3.06	1	MAD	LISTA 1.1				
													2-3-4-5	TALK RADIO	ALCUNI LISTA 1.1				
												4.06	1	MAD	GRAFICI FIORENTINI				
												5.06	1-2-3-4-5	BIBLIOTECHE	PARTNER				
												8.06	1-2-3-4-5	TALK RADIO AFFISSIONI	GRAFICI FIORENTINI				
												12.03	1-2-3-4-5	TALK RADIO	GRAFICI FIORENTINI				
												19.03	1-2-3-4-5	TALK RADIO	GRAFICI FIORENTINI				
												23.06	1	MAD	GIURIA CONTEST				
Descrizione proposta progettuale (max 6.000 caratteri)																			

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2021 – 2027 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2026 – CUP H14J23000770006

Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A € 8.750,00

Sviluppare la proposta compilando i seguenti campi, facendo attenzione a quanto esplicitato nell'articolo 14 - Criteri di valutazione e metodo di attribuzione dei punteggi

1. Qualità dell'offerta artistica/culturale della proposta (punti 40)

Sarà valutata la capacità del progetto di consolidare e/o migliorare gli standard qualitativi della rassegna estiva, rispetto ai sub-criteri indicati

1.1 livello delle competenze e qualità professionali dei soggetti e degli artisti coinvolti e/o impiegati nel progetto (20 punti)

Saranno preferite le proposte che impieghino soggetti e/o artisti di elevata qualità professionale

Le competenze e qualità professionali coinvolte nel progetto sono molto elevate, Cartacanta APS vanta l'organizzazione di centinaia di mostre ed esposizioni in tutta Italia e all'estero e Controradio e Novaradio, partner del progetto, sono fra le più qualificate radio d'informazione e organizzatrici di eventi culturali e di spettacolo. Gli autori (visual graphic designer) in mostra sono tra i migliori a livello italiano ed in alcuni casi, internazionale. Citiamo: Andrea Rauch, Leonardo Mattioli, Andrea Miola, Mario Lovergine, Leo Lionni, Leone Sbrana, Pier Luigi Aglietti, Eugenio Miccini, Roberto Innocenti, Piero Maioli, Piero Mazzoni, Stefano Castrucci, Filippo Fantoni, Paolo Lauri, Mario Mariotti, Daniele Cavari, Giorgio Galli, Franca Gori, Chiara Galli, Gabriella Giandelli, Alessandro Mendini, Alessandro Panichi, Showa Iuchinotta, Francesco Zorzi.

Coinvolti nei talk ci saranno Walter Sardonini Teatri della Toscana, Fabio Chiantini, Guido Scarabottolo, Stefano Rovai, Emo Risaliti, Gianni Sinni, Enrico Lattanzi direttore MAGMA.

1.2 rilevanza e/o originalità del progetto rispetto alla tipologia di attività proposta nel settore di riferimento (20 punti)

Saranno preferite le proposte che presentano particolare rilevanza nel panorama artistico cittadino o nazionale e/o che risultino connotate da originalità, presentando elementi innovativi per la realizzazione dell'evento; nuove forme di espressione culturale nel settore di riferimento (teatro, musica, danza...); nuove modalità di promozione del patrimonio culturale cittadino materiale e immateriale.

“Pensare e comunicare: il segno toscano” è un'iniziativa mai realizzata, che indaga il periodo della toscana tra il 1960 e il 2020, connotato da elementi innovativi per le forme di espressione visiva nel settore della Grafica di Pubblica Utilità e del sociale. I manifesti hanno avuto una forte capacità di attrazione del pubblico, riuscendo a coinvolgere giovani, adulti, anziani, ad esempio, per sensibilizzare ad una maggiore responsabilità rispetto alle tematiche sociali e ambientali o, citando una campagna presente in mostra, un pericolo costante a cui far attenzione (campagna Occhio Ragazzi o Droga Out con Dylan Dog, ambedue a cura del Comune di Firenze). Questi poster sono stati spesso agenti attivi del cambiamento. Da qui nasce una forma di “educazione culturale” del cittadino toscano che non si ritrova in altre regioni d'Italia, o se c'è, è relativa solo ad un particolare settore artistico. I grafici toscani hanno favorito una socialità attenta alle varie forme culturali, intese come stimoli di miglioramento.

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2014 – 2020 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2020 – CUP H14J23000770006

Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A € 8.750,00

I manifesti dei progetti più significativi per la comunità tornano al centro dell'attenzione pubblica, saranno di nuovo in strada e i contenuti veicolati anche attraverso le radio e i social. Il progetto unisce alla mostra di manifesti presso MAD, due incontri dal vivo, Sala Ketty, rivolti al pubblico condotti da giornalisti di Controradio e Novaradio con autorevoli grafici “la Grafica di Pubblica Utilità tra spirito del tempo, trasformazioni sociali e impronta territoriale: il segno toscano” e “Cos'è un manifesto nel secolo digitale? Casi del contemporaneo e visioni virtuose del futuro”, una originale affissione pubblica di alcuni dei manifesti, la divulgazione non effimera del catalogo presso le biblioteche fiorentine e altri luoghi della cultura, l'utilizzo dei media - radio in primis con Controradio e Novaradio - per la divulgazione dei contenuti attraverso i podcast e la loro messa in onda radiofonica; si aggiunge anche un Contest, un concorso sul social Instagram che amplificherà la risonanza delle affissioni e la comprensione della proposta progettuale anche agli under 35, puntando a una nuova consapevolezza circa il ruolo dei graphic design toscani nella grafica di Pubblica Utilità in Italia.

A corredo della mostra un ampio catalogo, Cartacanta Edizioni, da distribuire gratuitamente alle biblioteche, agli Istituti scolastici e culturali d'area, alle autorità e agli autori. Tale azione produrrà traccia di decentramento nel tempo e sarà un documentata per produrre memoria.

Il progetto, nella sua ampia articolazione, promuoverà dunque in maniera innovativa, coinvolgendo media vecchi e nuovi (radio/social) e i relativi pubblici, una parte importante e poco indagata del patrimonio culturale cittadino materiale e immateriale, fatto di professionisti che hanno catturato le atmosfere del territorio toscano e della sua agenda culturale nel lungo periodo storico considerato.

2. Livello di chiarezza e di dettaglio della proposta progettuale, con particolare riferimento alla definizione chiara e misurabile delle finalità generali e dei risultati attesi, anche sotto il profilo dei costi preventivati (punti 15)

Saranno preferite le proposte che prevedano una chiara definizione dei contenuti progettuali, l'individuazione delle finalità generali e la definizione quantitativa dei risultati attesi, che presentino sostenibilità organizzativa ed economica, anche sotto il profilo dei costi preventivati.

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2021 – 2027 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2026 – CUP H14J23000770006

Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A € 8.750,00

Il progetto prevede: MOSTRA di manifesti presso il Museo MAD, 2 TALK pubblici sui temi della mostra, campagna di DIFFUSIONE MEDIATICA di contenuti culturali con interviste ad alcuni dei graphic designer in mostra tramite Controradio e Novaradio, campagna di AFFISSIONI PUBBLICHE dei 5 soggetti più iconici tra i poster presenti in mostra, campagna di comunicazione social e CONTEST per promuovere la partecipazione degli under 35, distribuzione del CATALOGO in 100 copie nei luoghi della cultura (biblioteche, scuole etc)

Il principale risultato qualitativo atteso è la promozione del patrimonio culturale cittadino materiale e immateriale poco, o per niente, indagato che riguarda la comunicazione grafica toscana, fatto di professionisti che hanno catturato le atmosfere del territorio e della sua agenda culturale nel lungo periodo storico dal 1960 al 2020. Partendo dall'importanza della Grafica di Pubblica Utilità si evidenzia la riconoscibilità dei lavori commissionati dalla Città di Firenze e da altri enti pubblici e privati della Toscana, che sviluppa una riflessione critica. Oggi tale disciplina continua ad evolversi attraverso il social design e la progettazione per l'innovazione sociale. Per contribuire a questi nuovi sviluppi il progetto propone di portare al settore di riferimento un chiarimento sul ruolo del “grafo”, del segno, che hanno lasciato i progettisti toscani: versioni di “grafici condotti” orientati da una propria dimensione culturale ancor prima che estetica, cittadini ancor prima che progettisti. In termini quantitativi il risultato atteso per la mostra è di oltre 5.000 visitatori. La stima si basa sull'apporto dell'importante campagna di comunicazione che verrà attuata dai partner radiofonici che realizzeranno campagne pubblicitarie, ma soprattutto produrranno contenuti di approfondimento. Dal punto di vista mediatico, oltre all'utilizzo di un ufficio stampa, si prevede infatti la produzione di trasmissioni/podcast di taglio giornalistico con interviste ad alcuni dei protagonisti dell'epoca. Seguendo gli indici di ascolto mutuati dalle periodiche indagini nazionali, le trasmissioni previste avranno oltre 18.000 ascolti che si aggiungeranno alle visite all'esposizione. Altri risultati in termini di audience sono previsti dall'organizzazione dei due talk e dalla diffusione del concorso under 35 sui social (oltre 12.000 contatti). L'affissione di manifesti che faranno parte della esposizione di contenuti, concludono la definizione dell'audience complessiva del progetto. La stima di contatti lordi che saranno del progetto è di almeno 35.000.

La sostenibilità organizzativa è garantita dalla solidità dell'esperienza pluriennale di Cartacanta APS, di Controradio e Novaradio. La sostenibilità economica è garantita dal contributo richiesto al Comune di Firenze e dalle risorse proprie messe a disposizione dall'associazione Cartacanta.

3. Localizzazione dell'evento (punti 15)

Saranno preferite le proposte il cui svolgimento è previsto fuori dal centro storico oppure che, pur svolgendosi nel centro storico, siano localizzate nei luoghi meno turistici e/o meno frequentati dai cittadini e/o che valorizzino il patrimonio artistico della città. Saranno preferite inoltre le proposte che prevedono una diffusione in più luoghi della città, al fine di favorire il decentramento culturale, nonché le proposte che coinvolgano luoghi periferici poco frequentati (a titolo esemplificativo il Teatro del Parco Ardinghio, Giardino di via Visconti Venosta, etc.).

La mostra e i talk si terranno al Murate Art District nel Quartiere 1 di Firenze, un'area centrale ma fuori dai classici percorsi turistici. La riqualificazione e il progetto culturale tra MAD e Caffè Letterario mirano a valorizzare questo iconico ex carcere, incoraggiando la visita da parte dei cittadini degli altri quartieri.

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2021 – 2027 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2026 – CUP H14J23000770006

Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A € 8.750,00

Il progetto culturale presentato attirerà alcune migliaia di visitatori e spettatori nel complesso delle Murate. Il coinvolgimento di altri luoghi della città è prevista con un'originale modalità espositiva che coinvolgerà i 5 quartieri fiorentini con alcuni dei manifesti esposti su muri e bacheche, in giro per la Città, tramite il circuito di pubblica affissione. I manifesti 70x100 cm, stampati in 200 copie, includeranno grafica, autore e anno, promuovendo la mostra al MAD. In questo modo, la promozione dell'esposizione e la presentazione dell'opera, quindi la comunicazione del suo contenuto, coincidono nella stessa affissione, rispettando la funzione per cui i manifesti erano stati originariamente concepiti dall'autore e dal committente.

Per aprire la fruibilità del progetto, un concorso fotografico su Instagram, lanciato tramite radio e social, inviterà i giovani a fotografare i manifesti per partecipare a una premiazione alla fine della mostra: la “caccia” ai soggetti affissi nei 5 quartieri della città. La mostra diffusa ed il concorso distribuiscono sul territorio i contenuti della mostra, divenendo a loro volta contenuto e al tempo stesso promozione alla visita.

Il partenariato con Controradio e Novaradio garantirà promozione delle attività e diffusione radiofonica di un ciclo di podcast con i contenuti della mostra, coprendo tutto il territorio comunale fiorentino con ascolti cumulati pari a 47.000.

Un catalogo con immagini e testi storici sul “Segno Toscano” sarà distribuito nelle biblioteche, scuole e enti pubblici e privati che ne faranno richiesta. Anche questa azione promuove il progetto nei quartieri in modo originale e partecipato, producendone una memoria documentata.

Le azioni proposte favoriscono una diffusione del progetto nei cinque quartieri fiorentini, in modo originale e partecipato.

4. Capacità tecnico-organizzativa del soggetto proponente e forma di partecipazione (10 punti)

Sarà valutata la capacità tecnica ed organizzativa del soggetto proponente nel settore di intervento, desumibile anche dalla scheda descrittiva dell'attività svolta, con premialità per la costituzione di A.T.S., quale indice di capacità di fare network tra più soggetti con collaborazioni stabili e di qualità.

Cartacanta è apartitica, svolge attività culturale di utilità sociale senza finalità di lucro e nel pieno rispetto della libertà e dignità degli associati e non persegue in alcun modo finalità lucrative. L'associazione decide, promuove, organizza e gestisce tutte le attività al fine di migliorare la società attraverso la cultura.

Attività di interesse generale, svolte prevalentemente da volontari e associati:

d) educazione, istruzione e formazione professionale, nonché le attività culturali di interesse sociale con finalità educativa;

f) interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio;

i) organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura.

Per il perseguimento dello scopo sociale svolge le seguenti attività specifiche:

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2021 – 2027 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2026 – CUP H14J23000770006

Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A € 8.750,00

- elaborare anche su incarico di Enti pubblici e organismi privati: studio e ricerche, piani di fattibilità, progetti di diffusione della cultura basati sull'utilizzo di strumenti di comunicazione classici e web;
- organizzare convegni, mostre, corsi, attività di formazione professionale, attività culturali nelle scuole, progetti educativi scolastici ed extra, ideare progetti audiovisivi e multimediali e quant'altro sia utile per favorire l'approfondimento tecnico del visual graphic-design e la divulgazione;
- editare pubblicazioni periodiche e non, utili per realizzare le finalità dell'associazione;
- cooperare con Enti pubblici e privati nei più svariati campi della vita culturale e sociale;
- valorizzare il territorio attraverso riqualificazione e gestione di spazi, beni pubblici inutilizzati, musei e collezioni di interesse collettivo, orientando obiettivi innovativi per il bene comune.

Ogni altra attività compatibile e coerente con le attività di interesse generale.

Collaborazione con importanti Istituzioni scolastiche, Culturali, ed Associazioni quali: CFF, Centro Giovanile Casette, Associazione Buon Vento, Why-Graphic Design Festival di Firenze, Università “Carlo Bò” di Urbino, ITAIC, ARCI Firenze, Museo del Marchio Italiano di Castellammare di Stabia, Associazione Beatlesiani di Brescia e molti altri, che trovano in Cartacanta esperienza e competenza.

Nei nostri spazi si fondono esperienze e si dibatte sullo stato e le prospettive della grafica e comunicazione, in stretto rapporto di collaborazione con eccellenze scolastiche e culturali quali: ISIA Urbino, Scuola del Libro, ISIA Roma, Accademie di Macerata e Urbino, Università e scuole d'arte di ogni parte del Paese, AIAP, ADI, AFIP ecc. Socio sostenitore dell'AIAP (Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva), alcuni nostri collaboratori del Comitato Scientifico fanno parte dell'AGI (Alliance Graphique Internationale) e lavoriamo in maniera sistematica con l'AFIP International (Associazione fotografi professionisti).

5. Attitudine di coinvolgere pubblico nella fruizione culturale (punti 10)

Sarà valutata la capacità di attrazione del pubblico con riferimento alla varietà e all'efficacia degli strumenti di promozione degli eventi e/o di coinvolgere persone giovani, anziane, con disabilità, anche con riferimento alla sede di svolgimento delle attività.

La capacità di attrazione del pubblico rispetto all'iniziativa è molto elevata e variegata. Si parte dal coinvolgimento di un pubblico di addetti ai lavori (professionisti e cultori delle materie del design e della comunicazione, a quello di studenti di scuole ed università legate alla tematica (Facoltà UNIFI, ISIA, IED, altre scuole private). Per il coinvolgimento dei primi verranno effettuate comunicazioni ad hoc verso le scuole ed università con inviti diretti ai docenti e agli studenti attraverso i canali scolastici ed universitari. Sarà poi coinvolto un pubblico più generalista interessato all'evoluzione della grafica, del design e della comunicazione sociale e di pubblica utilità nell'arco temporale 1960 - 2020. Per il suo coinvolgimento verranno attivate campagne di comunicazione attraverso i partner Controradio e Novaradio che realizzeranno campagne spot (n. 300 spot 30 sec.), approfondimenti redazionali (podcast) radiofonici e crossmediali, lanci redazionali e pubblicitari sui loro canali web e social (Facebook, Instagram) per tutta la durata dell'iniziativa (lancio a partire 25 maggio). Per il coinvolgimento del pubblico under 35 verrà inoltre realizzato e pubblicato un reel 90 sec. sul canale social TIF This is Florence (oltre 95.000 follower su Instagram e TikTok).

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2021 – 2027 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2026 – CUP H14J23000770006

**Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A €
8.750,00**

Verrà attivato un ufficio stampa e sarà realizzato una conferenza stampa di lancio. Comunicati stampa verranno emessi inoltre in occasione dei due talk previsti e per la campagna del concorso fotografico. Controradio Club prevede una campagna di comunicazione presso i suoi 2000 soci e l'organizzazione di visite guidate alla mostra. Verranno effettuate affissioni comunali di n. 200 manifesti 70x100 cm. di promozione/concorso fotografico.

6. Presenza nella proposta di misure aggiuntive, oltre a quelle dovute per i CAM, ove applicabili, per la tutela dell'ambiente e/o per sensibilizzare il pubblico ad una maggiore responsabilità rispetto alle tematiche ambientali (punti 5)

Oltre alle misure obbligatorie dovute per i CAM, ove applicabili, saranno valutate positivamente le proposte contenenti iniziative, eventi ed attività finalizzate a favorire la tutela dell'ambiente e/o per sensibilizzare il pubblico ad una maggiore responsabilità rispetto alle tematiche ambientali e renderlo agente attivo del cambiamento.

Questo progetto vuol sottolineare la qualità della comunicazione visiva prodotta per gli enti pubblici della Toscana nel periodo di riferimento, perchè ha prodotto effetti positivi più che in altri territori. Questi poster avevano una forte capacità di attrazione del pubblico e riuscivano a coinvolgere persone giovani, anziane, con disabilità, anche solo per sensibilizzare ad una maggiore responsabilità rispetto alle tematiche sociali e ambientali: questi manifesti sono stati spesso agente attivo del cambiamento.

Ecco quindi immagini sul ruolo delle comunità e delle istituzioni, i temi dell'economia e del lavoro, ma poi anche della cultura e molte sulla tutela dell'ambientali. Si parla anche degli inizi, dalla Liberazione al boom economico, e poi del nuovo ruolo dei giovani e delle donne, della battaglia per il referendum sul divorzio, dell'orrore dopo la bomba alla Galleria degli Uffizi, della lotta contro le tossicodipendenze e per la liberazione dall'AIDS. Tutti i temi, cioè, che riguardano la gente e che sono stati al primo posto nell'agenda 'virtuosa' della comunicazione toscana.

Si propone quanto descritto con la certezza di trovare un pubblico in Toscana sensibile e attento che coglierà l'occasione quale stimolo ad una maggiore responsabilità sociale e ambientale.

PN METRO PLUS E CITTA' MEDIE SUD 2021 – 2027 Avviso Pubblico per la selezione di proposte progettuali e l'assegnazione di contributi economici per la realizzazione di eventi organizzati nell'ambito dell'Estate Fiorentina 2026 – CUP H14J23000770006

Allegato 2 - Modello 1 A2 – proposta progettuale “MEDI EVENTI” COSTO TOTALE SUPERIORE A € 8.750,00

Durante i Talk con i graphic designer e gli approfondimenti radiofonici, sarà affrontata l'evoluzione della tematica ambientale: partendo dalle immagini e dal contesto dell'epoca si arriva a discutere della situazione attuale e alle sfide del futuro. La trattazione sarà guidata dai conduttori radiofonici.

7. grado di cofinanziamento complessivo superiore al 20% (punti 5)

Saranno preferite le proposte progettuali capaci di reperire risorse economiche provenienti da altri soggetti pubblici e/o privati e/o risorse proprie al fine della sostenibilità finanziaria della proposta progettuale.

Saranno attribuiti i seguenti punteggi:

cofinanziamento superiore al 40% - punti 5

cofinanziamento compreso tra il 35,01 e il 40% - punti 4

cofinanziamento compreso tra il 30,01 e il 35% - punti 3

cofinanziamento compreso tra 25,01 e il 30% - punti 2

cofinanziamento compreso tra 20,01 e il 25% - punti 1

Il budget del progetto PENSARE E COMUNICARE: IL SEGNO TOSCANO è di 19.500 € IVA esclusa.

Si richiede attraverso il Bando Estate Fiorentina 2026 un contributo di 14.430 € pari al 74% del costo dell'intero progetto.

Il restante 26%, pari a 5.070,00 €, cui sommare 3.798,00 € di IVA, sarà coperto da risorse proprie.

La varietà e quantità delle attività in programma mirano a coinvolgere almeno 30.000 persone, ottenere un'ampia risonanza sui social e il successo dei Talk radiofonici.