



LIFE SALVAGUARDiA

The environmental empowerment of the Garda Lake territories



Progetto finanziato da LIFE 2020 Call for Proposals from NGOs on the European Green Deal (NGO4GD)

<https://www.salvaguardia.net/>

**INCONTRO DI FORMAZIONE/INFORMAZIONE
“COFINANZIAMENTO DI PROGETTI EUROPEI”**

Milano,
16 maggio 2025

Relatrice
Anna Brescianini
Responsabile Ufficio Innovazione e Progetti
Rete CAUTO

Con il contributo di



**Fondazione
CARIPLO**



Bando LIFE 2020 Call for Proposals from NGOs on the European Green Deal (NGO4GD)



CONTESTO

TRASFORMARE L'ECONOMIA DELL'UE
PER UN FUTURO SOSTENIBILE

GREEN
DEAL
EUROPEO

Rendere più ambiziosi gli obiettivi dell'UE
in materia di clima per il 2030 e il 2050

Garantire l'approvvigionamento di energia pulita,
economica e sicura

Mobilitare l'industria per
un'economia pulita e circolare

Costruire e ristrutturare in modo efficiente
sotto il profilo energetico e delle risorse

Finanziare la transizione

L'UE come
leader mondiale

Stimolare la ricerca e l'innovazione

Obiettivo "inquinamento zero"
per un ambiente privo di sostanze tossiche

Preservare e ripristinare
gli ecosistemi e la biodiversità

"Dal produttore al consumatore": un sistema
alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente

Accelerare la transizione verso
una mobilità sostenibile e intelligente

Non lasciare indietro nessuno
(transizione "giusta")

Patto europeo
per il clima

Fondazione
CARIPLO



RIEPILOGO PROGETTO

LIFE2020-SALVAGuARDiA

OBIETTIVO: aiutare il territorio a ridurre il suo impatto ambientale, **sensibilizzare, formare e informare** tutti gli stakeholder e i target selezionati sui principi di sostenibilità, al fine di diminuire gli **impatti ambientali** antropici generati.

BUDGET: totale costi € 500.000.
Contributo UE € 300.000 + € 50.000 cofinanziamento Fondazione Cariplo.

PARTNER: CAUTO unico ente attuatore.

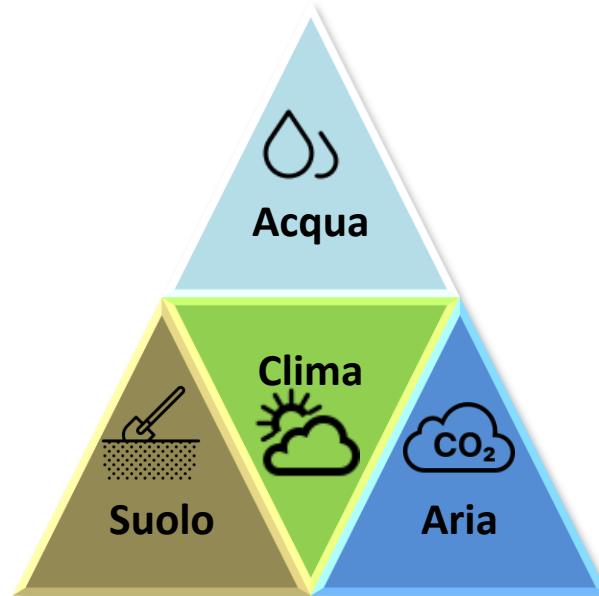
TERRITORIO: Sponda Bresciana del lago di Garda.

STAKEHOLDER E TARGET: Amministrazioni pubbliche, Aziende private, Scuole, Turismo, Enti del terzo settore.



Obiettivi del Green Deal dichiarati dal progetto

- | | Target |
|---|--|
| - <i>Industry for a clean and circular economy</i> | Aziende |
| - <i>Zero-pollution, toxic-free environments</i> | Aziende, Amministrazioni Pubbliche, Turismo |
| - <i>Increasing climate ambition of the European Green Deal</i> | Aziende, Amministrazioni Pubbliche, Turismo, Scuole, Enti terzo settore. |



Indicatori ambientali di impatto dichiarati

Acqua: Inquinamento delle acque del lago da attività industriali, aumento scarichi civili per turismo e aumento popolazione

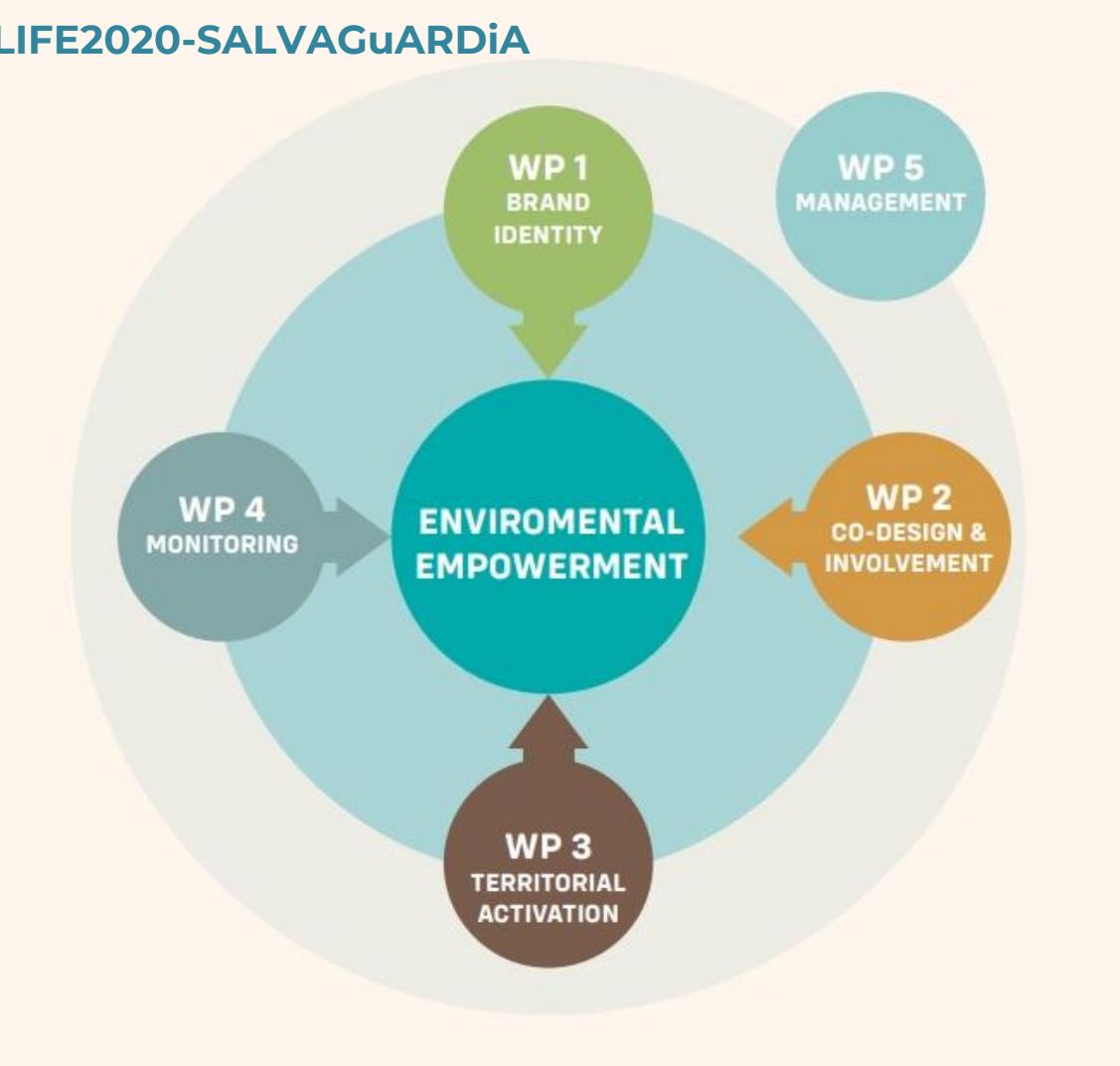
Aria: Inquinamento atmosferico dovuto da attività industriali, aumento turismo quindi mobilità e aumento insediamenti

Suolo: Eccessivo consumo di suolo per aumento attività antropiche, produzione rifiuti in aumento, diminuzione tutela biodiversità

Clima: Tutti gli indicatori precedenti generano un impatto diretto e indiretto sulla questione dei cambiamenti climatici

DIAGRAMMA AZIONI

LIFE2020-SALVAGuARDiA



Work Package (WP) 1: creazione di una forte **IDENTITÀ DI BRAND** del progetto LIFE SALVAGuARDiA per far conoscere le tematiche del progetto. Sviluppo di una campagna di comunicazione e di strumenti digitali di formazione e informazione.

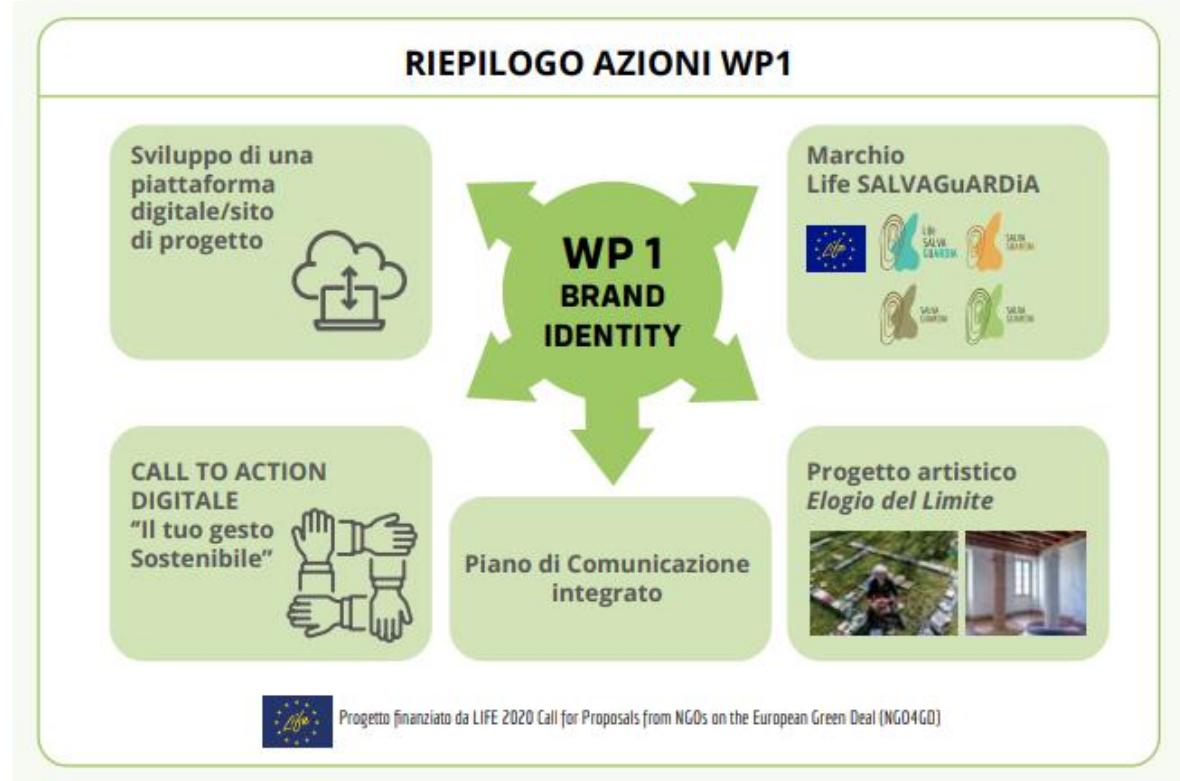
Work Package (WP) 2: attivazione e **COINVOLGIMENTO** degli stakeholder di progetto per renderli partecipi delle azioni da implementare nel progetto. Creazione di una committee di gestione del territorio.

Work Package (WP) 3: eventi nel territorio mirati per ogni singolo stakeholder per renderli partecipi e **ATTIVI** nel raggiungimento degli obiettivi di progetto.

Work Package (WP) 4: **MONITORAGGIO** di tutte le azioni intraprese con specifici indicatori ambientali e sociali per valutare l'efficacia e l'efficienza del progetto.

Work Package (WP) 5: azione di **MANAGEMENT** del progetto e di coordinamento, organizzazione delle azioni da implementare

WP1 CAMPAGNA COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY



Riepilogo dei risultati ottenuti

Realizzazione di una piattaforma interattiva di progetto per documentare le attività e le azioni www.salvaguardia.net

Più di **100.000 accessi** alla piattaforma Life SALVAGUARDiA

Più di **150 partecipanti** alla **CALL TO ACTION** digitale e caricamento di immagini realizzate dagli utenti sul social wall

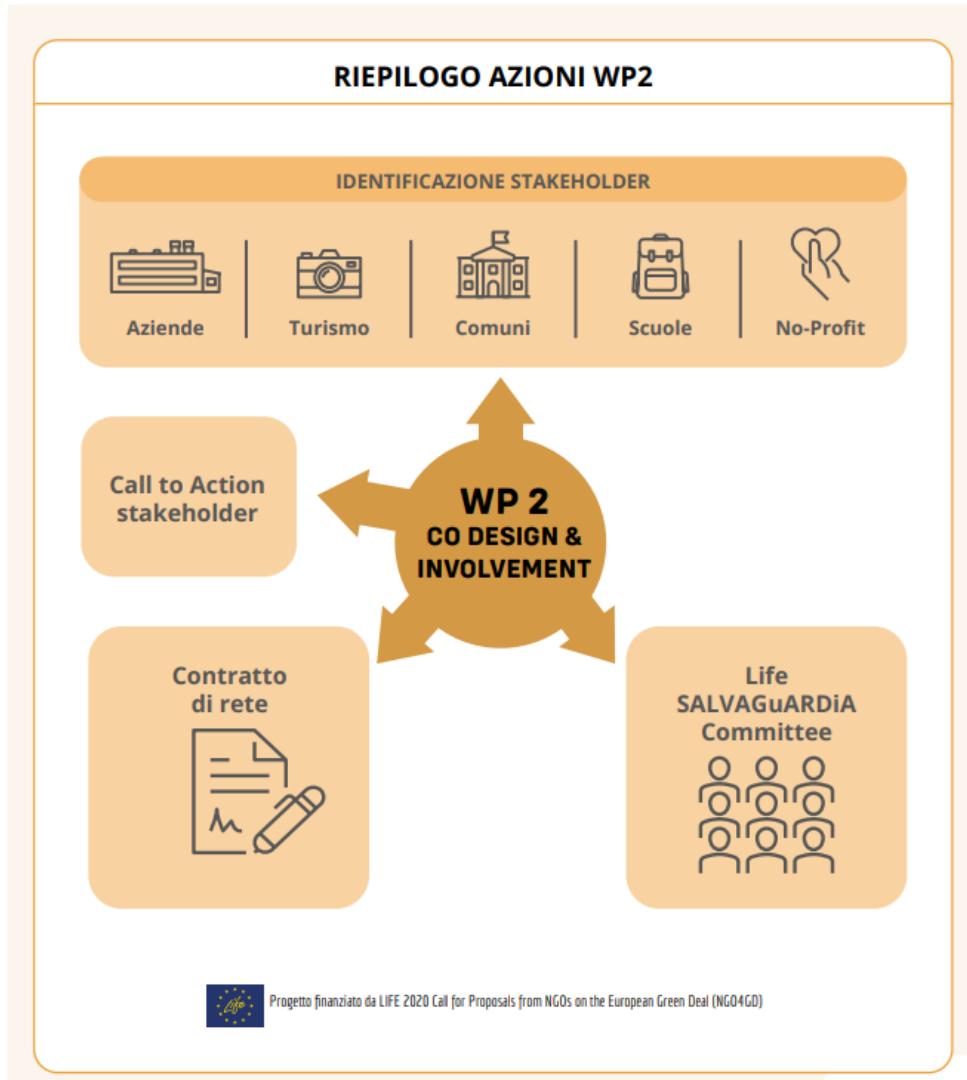
12 digital creator ingaggiati per supportare le azioni di sensibilizzazione

50 marchi SALVAGUARDiA assegnati

Più di **5.000 visite** alle mostre del progetto artistico diffuso *Elogio del Limite* e si stima più di **10.000 visite** alle opere site-specific di Land ART

Più di **200 classi** partecipanti ai percorsi didattici

WP2 ATTIVAZIONE STAKEHOLDER



Riepilogo dei risultati ottenuti

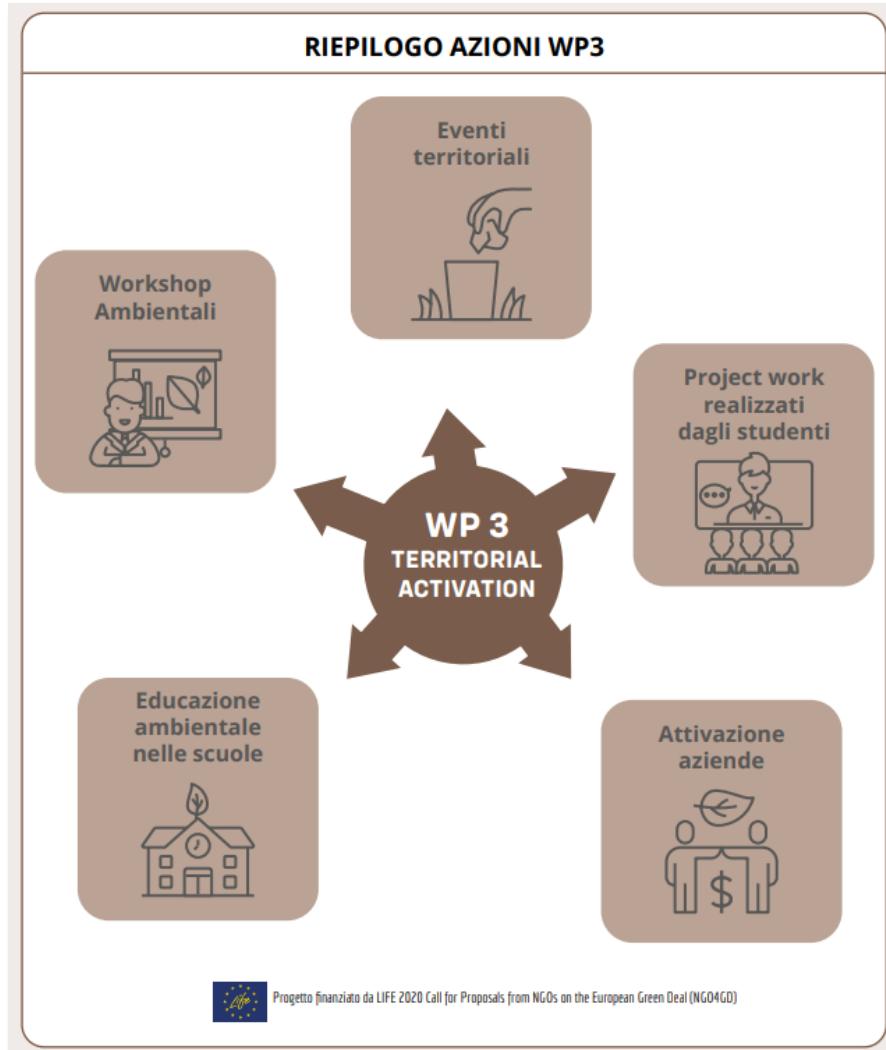
Sono stati quasi un centinaio gli stakeholders intercettati:

- **26 scuole;**
- **30 aziende** del mondo produttivo e turistico
- **13 organizzazioni** del terzo settore
- **Più di 20 tra pubbliche amministrazioni** e soggetti pubblici coinvolti

15 membri volontari della COMMITTEE Life SALVAGUARDIA
hanno partecipato agli incontri della cabina di regia per la co-progettazione delle azioni e degli eventi sul territorio

45 contratti di rete firmati





Riepilogo dei risultati ottenuti

8 eventi che hanno visto la presenza di opinion leader su tematiche ambientali

Più di **8.000 partecipanti** agli eventi sportive e culturali realizzati

Più di **200 classi coinvolte**

20 project work realizzati con gli studenti

Circa **100 tra volontari e ambasciatori** che hanno contribuito al progetto

Più di **27 environmental assessment**

2 eventi di inaugurazione alle mostre del progetto artistico *Elogio del Limite*

RIEPILOGO AZIONI WP 4

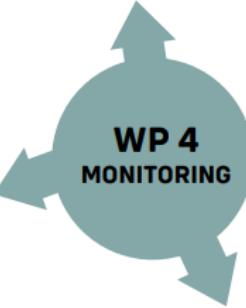
MONITORAGGIO AZIENDE E COMUNI



Modellizzazione
metodo
partecipativo



WP 4 MONITORING



MONITORAGGIO TERRITORIO



Progetto finanziato da LIFE 2020 Call for Proposals from NGOs on the European Green Deal (NGO4GD)

Riepilogo dei risultati ottenuti

Se da una parte il progetto ha avuto lo scopo di **aumentare la consapevolezza** ambientale degli stakeholder e dei target coinvolti; dall'altra ha tentato di agire in maniera attiva e concreta in termini di **riduzione degli impatti ambientali**, soprattutto in relazione al settore produttivo e turistico.

A questo riguardo il progetto ha utilizzato vari strumenti di misurazione. Il monitoraggio è stato effettuato utilizzando **KPI ambientali e sociali**, che hanno misurato specifici **parametri qualitativi e quantitativi**.

Questa azione progettuale ha permesso di ottenere dati ambientali e sociali che in una logica di trasparenza hanno garantito la misurazione dello **stato di avanzamento** delle varie azioni poste in essere.

PROGETTO → **OPPORTUNITÀ**

rispetto ad un obiettivo strategico

da raggiungere nel medio/lungo periodo



OBIETTIVI INDIRETTI

- Aumentare la presenza di Rete CAUTO sul territorio del Garda → ✓ **MIGLIORAMENTO del POSIZIONAMENTO**
- Creare consapevolezza sulle tematiche del Green Deal in CAUTO → ✓ **CAPACITY BUILDING**
- Individuare nuovi servizi funzionali a quello specifico territorio, in particolare i servizi di consulenza e formazione → ✓ **(RE)-DESIGN dei SERVIZI**
- Intercettare nuovi potenziali clienti a cui proporre servizi
• Far sì che gli stakeholder riconoscano Rete CAUTO come riferimento per le tematiche del Green Deal → ✓ **Sviluppo Commerciale**

Il partenariato

- occorre valutare attentamente con chi collaborare e per cosa;
 - **Attenzione:** l'UE valuta i partner in base al valore aggiunto che possono portare.

Il gruppo di lavoro interno «PM non si nasce... si diventa»

- occorre definire con cura la squadra di lavoro;
 - **Attenzione** ad affidare il PM all'esterno (L'UE chiede sia interno al progetto), inoltre se il/i PM non ha chiari gli obiettivi indiretti, forse si porterà a termine il progetto, ma difficilmente si avranno risultati di lungo periodo.

Un Budget realistico

Anna Brescianini
brescianini.anna@cauto.it



Via Buffalora 3/e, 25135 – Brescia
030 3690 311
cauto@cauto.it