

FAC SIMILE DI SCHEDA-PROGETTO PER PROGETTI A **VALENZA REGIONALE** PER ATTIVITÀ DI SPESA CORRENTE PROMOSSI DA SOGGETTI PRIVATI SENZA FINI DI LUCRO RIVOLTI A PREADOLESCENTI E ADOLESCENTI – PUNTO 2.1, LETTERA A. DELL'ALLEGATO A) ANNO 2015

SOGGETTO RICHIEDENTE

RADIOIMMAGINARIA MEDIA HUB, APS ISCRITTA ALL'ELENCO DELLE APS DELLA PROVINCIA DI BOLOGNA AL NUM. **Prot. n. 174421/2013** del **16/12/2013** – Determinazione dirigenziale **n. 2649/2013**.

TITOLO PROGETTO

Community Adolescenti Regione Emilia-Romagna Radioimmaginaria 2.0 "Crescita in Azione"

ANALISI DI CONTESTO E OBIETTIVI

L'Associazione **Radioimmaginaria Media Hub** si pone dal 2012 al servizio della fascia adolescenziale nelle sue specifiche esigenze di crescita/formazione e di ricerca e costruzione di sé, individuando in questi due aspetti, peculiari dell'età di riferimento, gli elementi propulsori dello sviluppo, ma al contempo di maggiore esposizione e fragilità.

L'innata pulsione alla crescita, infatti, porta in questa età all'emergere scomposto di un bisogno e di una richiesta d'indipendenza e autonomia, che se non trova modo di svolgersi in ambiti costruttivi, capaci di accompagnamento incentivante e rispettoso, facilmente si traduce in un rifiuto aprioristico delle proposte del mondo degli adulti, generando progressiva estraneità e isolamento generazionale.

Questi aspetti strutturali dell'adolescenza declinati nel contesto contemporaneo e da esso condizionati, influiscono fortemente sui percorsi e i meccanismi di funzionamento dei teenager, sia a livello individuale, che di gruppo.

Immersi nel modo attuale, globale e virtualmente senza nessun confine, i ragazzi si trovano ad accedere ad una inesauribile molteplicità di stimoli, in competizione reciproca per catturarne attenzione e favore. "Il mondo on line appare quindi molto più seduttivo, divertente, semplice, di quello reale, fatto di confronto critico, discussioni, letture. Nutre l'agilità, ma è ormai provato che incoraggia un veloce ritmo mentale che mina l'abilità di collocare persone, idee ed eventi in contesti più ampi. Il rimedio? Coltivare l'intelligenza cristallizzata, cioè la capacità di mettere a frutto esperienze, studi ed educazione".

Nella riflessione che David Brooks conduce sull'International New York Times è efficacemente espressa e motivata l'attività di Radioimmaginaria, impegnata a fornire agli adolescenti un contesto in cui vivere esperienze formative intense e di eccellenza, tramite le quali acquisire nuove competenze tecniche specifiche e relazionali, nonché l'abilità di esercitarle in modo fattivamente costruttivo.

In questo contesto si individuano nella crescita quantitativa e qualitativa della community, gli obiettivi da perseguire con le azioni specifiche individuate nel seguente progetto.

CRESCITA QUANTITATIVA

L'**allargamento della community reale** si conferma la priorità individuata per l'incremento dei risultati positivi già sperimentati e misurati nei primi anni di vita del progetto.

Radioimmaginaria vuole continuare a potenziare e sviluppare il proprio network di sedi in ambito regionale, sviluppando al contempo la presenza social e web, per portare le proprie iniziative ad un'**audience regionale** di adolescenti. La struttura emiliano romagnola era composta a gennaio 2014 dai seguenti nodi operativi: Castel Guelfo di Bologna (**2010**), San Giovanni in Persiceto (BO) (**2012**), Medicina (BO) (**2013**), Bologna (**2013**), Bologna in English (**2013**). Attraverso l'uso dei fondi regionali assegnati nell'ambito del bando 2014 è stato possibile finanziare l'apertura e l'attività di due nuove antenne in regione: Castel San Pietro Terme (**2014**), Rimini (**2015**), nonché avviare i contatti per l'apertura di una redazione a Reggio

Emilia e svolgere l'analisi dei prossimi contesti territoriali su cui concentrare l'azione. Si conferma l'obiettivo di crescita attraverso l'apertura di 4 nuove redazioni regionali per il periodo Agosto 2015 – Aprile 2016.

Attraverso l'uso di risorse dell'associazione e la partnership con differenti sostenitori privati si è potenziata la presenza nazionale, con l'apertura delle antenne di Torino, Sanremo (IM), Morazzone (VA) ed internazionale: Forest Row/Londra; si sono sviluppati contatti e attività di analisi e studio per il lancio di Parigi, Toronto, Johannesburg, Rio De Janeiro e si è avviata la produzione di contenuti anche in lingua francese con il canale "Tous Les Mêmes" (in breve #TLM).

Sul fronte quantitativo si inseriscono anche obiettivi numerici della misura "virtuale". Questi numeri misurano il feedback "rinforzante" dell'impatto delle attività dei partecipanti al di fuori della community: ascolti (raddoppiati nell'arco del 2014 rispetto al 2013), portata di Facebook (fino a 10,5 milioni al mese), singoli utenti social coinvolti (fino a 1,5 milioni al mese), retweet, like e follower di pagina, numero di nuovi iscritti speaker, ecc.

CRESCITA QUALITATIVA

Le azioni dell'associazione mirano a determinare una crescita delle competenze personali degli adolescenti coinvolti, nel convincimento che il futuro di una comunità dipenda in misura diretta dal valore e dalle capacità dei soggetti che la compongono. Pertanto, attrezzare le nuove generazioni con competenze elevate, significa contribuire ad incrementarne le opportunità di affermazione personale e professionale e le reali potenzialità di sviluppo e crescita globale.

Ad oggi si può vedere la traduzione reale di tale assunto, osservando i livelli di competenza raggiunti dai ragazzi coinvolti in modo continuativo nelle attività di Radioimmaginaria.

Capacità tecniche redazionali, editoriali, comunicative legate alla produzione dei contenuti, alla regia, che rendono gli adolescenti in grado di realizzare in autonomia un'attività radiofonica completa. Per farlo interagiscono e collaborano con i principali professionisti del mondo giornalistico ed artistico, ricevendone esplicito apprezzamento (Cf. Intervista a Giuseppe Cruciani durante Radio City Milano, o Filippo Solibello durante CaterRaduno, Senigallia).

Capacità organizzative innovative. Gli adolescenti di Radioimmaginaria sono in grado (stimolati con un accompagnamento attento, esperto e competente, ma sempre delicato e rispettoso, con il minimo grado di ingerenza possibile) di rispondere alla crescita dimensionale di Radioimmaginaria strutturando organismi di autogoverno in grado di assumere i ruoli definiti e di svolgere le proprie funzioni (strutture organizzative emergenti).

Capacità di accoglienza, affiancamento e sostegno dei numerosi nuovi ingressi, di formazione dei meno esperti, di gestione dei gruppi, di gestione del conflitto. Si osservano così caporedattori e redattori 13/14enni che gestiscono nella propria antenna sia gli aspetti editoriali che relazionali, in grado di occuparsi degli aspetti motivazionali, di ottenere dai "colleghi" il rispetto dei compiti e degli impegni, e a farlo essi stessi con i loro propri riferimenti; registi 12enni che gestiscono, nel rispetto di "colleghi" più grandi, ragazzi tra gli 11 e i 16 anni impegnati in operatività varie.

Capacità di interazione autentica e costruttiva con interlocutori adulti, impegnati in ruoli professionali e/o istituzionali: sempre più spesso sono i ragazzi che si confrontano direttamente con sindaci, assessori sui propri territori per impostare collaborazioni e attività, per presentare la Radio e chiedere supporto, che a 17 anni vengono ricevuti a colloquio dal Garante dell'Infanzia e dell'Adolescenza, che intervistano senza inibizioni, ma con acuta capacità critica e provocatoria, il presidente di industriali regionali, o imprenditori e politici di spicco locale e nazionale.

Capacità di tradurre le abilità acquisite in un impegno (progressivamente) **più professionale**, concretizzando piccole opportunità lavorative a favore dei neo maggiorenni. La crescita dimensionale di Radioimmaginaria porta ad un incremento rilevante delle esigenze operative. In piena coerenza con gli obiettivi di formazione e di creazione di opportunità di sviluppo e crescita delle nuove generazioni l'associazione ha scelto di non delegare queste funzioni a professionisti esterni, ma di proporle, laddove possibile, ai neo maggiorenni, concretizzando la possibilità di prosecuzione del percorso di crescita e di esercizio maturo di quanto acquisito progressivamente con la partecipazione stabile alle attività di Radioimmaginaria. Questa crescita qualitativa è il risultato esplicito di un anno di sperimentazione svolta con l'edizione 2014/2015 di questo bando e rappresenta la conferma della validità dell'impianto progettuale che viene pertanto riconfermato per 2015/16.

ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

Le azioni individuate per il raggiungimento degli obiettivi indicati in premessa sono concentrate sulla crescita quantitativa e qualitativa della Community di Radioimmaginaria, in modo da allargare i potenziali fruitori dei risultati formativi individuati.

I risultati ottenuti con l'attività svolta dall'esordio di Radioimmaginaria ad oggi portano a confermare come strumento centrale della **formazione** il diretto coinvolgimento in **attività specifiche**, la cui realizzazione costituisce l'oggetto del presente progetto.

Tali attività devono presentare caratteristiche fondamentali:

1. Essere interessanti per i ragazzi
2. Essere frequentemente rinnovate
3. Essere affidate ai ragazzi
4. Essere di altissima qualità
5. Essere economicamente accessibili per chiunque

Le attività previste si distinguono in:

Attività Radiofoniche in senso stretto

Sono costituite dall'attività radiofonica continuativa svolta all'intero delle redazioni e dagli eventi in cui Radioimmaginaria svolge espressamente il ruolo di Media Partner e pertanto l'attività è principalmente giornalistica ed editoriale. Fra queste si ricordano: la partecipazione al Festival di Sanremo 2015 come unico media degli adolescenti; invito a Radio City Milano 2015, primo meeting italiano delle radio nazionali, media partnership con RAI Radio2 a CaterRaduno 2015 a Senigallia (AN), webradio ufficiale di Giffoni Experience (ex Giffoni Film Festival), ecc.

Attività di comunicazione all'interno di progetti specifici.

Sono eventi in cui Radioimmaginaria è coinvolta per veicolare tematiche o messaggi specifici, rivolti principalmente ad un audience giovane. A titolo di esempio: (1) LET'S, evento internazionale sulla ricerca teorica e industriale e le tecnologie abilitanti; (2) Climate KIC evento internazionale di percorsi all'imprenditorialità sostenibile; (3) Internet Festival di Pisa; (4) "Rien ne va Plus", progetto di sensibilizzazione sulla dipendenza dal gioco d'azzardo (per il Comune di Castel Guelfo di Bologna); (5) "Tesserino Immaginario" dell'Ordine dei Giornalisti dell'Emilia Romagna.

Progettualità specifiche in ambiti di interesse dei ragazzi, non di natura direttamente radiofonica.

Si tratta in particolare di percorsi finalizzati a stimolare e affinare le capacità progettuali, organizzative, di coordinamento e di orientamento al risultato, di sperimentazione di collaborazioni con professionisti nell'esercizio delle proprie competenze: (1) terza edizione di Diario Immaginario (il diario degli adolescenti); (2) produzione musicale e video di Mentalità immaginaria e di Nuvola [Non mi piace studiare]; (3) partecipazione all'ideazione e realizzazione di Streetlab, la radio mobile alimentata da energia solare, ecc.

Progettualità locali

Coinvolgimento in eventi di rilevanza locale presso i territori delle "Antenne di Radioimmaginaria". Ad esempio: con l'assessorato alle politiche giovanili del Comune di San Giovanni in Persiceto (BO) - Terre D'acqua 2015 Graffiti Festival; Collaborazione con il comitato studenti-genitori dell'I.S.I.S. Archimede per il progetto di recupero e pulizia degli spazio esterni della scuola; Collaborazione con il Comune di Castel Guelfo di Bologna nel progetto contro il gioco d'azzardo "Rien ne va plus"; partecipazione al "Peppino Festival" nel comune di S. Giovanni in Persiceto (BO), per promozione del tema della legalità e lotta alle mafie), ecc.

"Enjoy positive": ideazione e produzione di forme di divertimento adeguate e allineate alle richieste di questa generazione, evitando troppo semplici meccanismi negativi, quali abuso di alcool e droghe. Ad esempio l'organizzazione e la realizzazione il 23 dicembre 2014 presso il Cinema Jolly di Castel San Pietro (BO) del primo "Cinema Show", serata di festa con film, musica dal vivo e ballo. L'evento ha visto la partecipazione di oltre 200 ragazzi, tra gli 11 e i 20 anni.

Attività di formazione specifica nei confronti dei ragazzi che si avvicinano al compimento della maggiore età.

I ragazzi sono coinvolti in un percorsi separati di formazione, gestito in parte con risorse dell'associazione ed in parte, laddove la formazione lo rende necessario, attingendo a professionisti di aree specifiche, che formano i ragazzi anche con ruolo consulenziale nei gruppi operativi individuati nelle aree: creativa, direzione artistica, organizzativa, finanza, internazionale, ecc.

Modalità operative

Per la promozione delle attività radiofoniche in senso stretto si confermano centrali l'apertura di nuove redazioni e la promozione degli speaker individuali.

1. Per l'apertura di 4 nuove redazioni si confermano necessari: acquisto di strumentazione e software per ogni redazione con un costo di EUR1.000 per ogni redazione (**EUR4.000** complessive); costi per trasporti e trasferte per l'effettiva integrazione delle sedi alla struttura centrale stimati in **EUR4.000**; materiali di comunicazione per un totale di **EUR2.700**, costi di gestione e funzionamento delle redazioni EUR1.000 per ogni sede (**EUR4.000** complessive), **EUR1.000** i costi di streaming e canoni di mantenimento del flusso radiofonico web complessivo.

2. Per l'efficientamento del processo di ingaggio e gestione dei singoli speaker ed il funzionamento del flusso radiofonico complessivo si individuano le seguenti necessità: consulenze per la personalizzazione di un'applicazione CRM evoluta, per completare l'aggiornamento dell'applicazione mobile su iOS e Android, costo stimato di **EUR4.800**; regia continuativa con funzioni di operatività diretta sui fusti, di controllo qualità, di formazione, correzione, coordinamento delle attività di regia realizzate nelle diverse sedi, per un tempo lavoro di 900 ore per la durata di tutto il progetto, per un costo complessivo stimato in **EUR11.500**

3. Per l'attività di promozione presso le varie realtà di interesse selezionate, per l'avvio di collaborazioni e progettualità specifiche si stimano necessarie 100 ore per ideazione e produzione di materiale promozionale video/cartaceo/ecc, per consulenze di PR e Ufficio Stampa, per un costo di **EUR4.500**, costi per trasferte per incontri conscitivi e operativi (spese di viaggio, rimborsi spese alberghiere) per **EUR2.500**.

4. Nel periodo 1/8/2015 - 30/04/2016 è pianificata la organizzazione di eventi: 8 della durata di un giorno (10-15 ragazzi associati coinvolti), 2 di durata tra 4 e 8 giorni presso realtà di interesse nazionale (aperti alla partecipazione di tutti gli associati), di 2 "Enjoy Positive" (Teen Pardade, Cine Show) ove si garantisce la partecipazione di tutti i ragazzi dell'associazione e di diverse migliaia di adolescenti fruitori. La realizzazione di questi eventi comporta un budget complessivo così suddiviso: affitto di strumentazioni e attrezzature per tutti gli eventi (a titolo di esempio: palco, coperture, impianti PA, mixer, casse, impianti audio, impianti, ecc.) **EUR10.000**, costi per trasporto, alloggio e vitto per **EUR5.000** mentre per attività di coordinamento stimata in circa 250 ore minime, per un costo di **EUR5.000**, per collaborazioni esterne con ospiti artisti, giornalisti, esperti di settore, e formatori (compensi, rimborsi spese, spese di ospitalità) **EUR2.500**, ingaggio band **EUR5.500**;

5. Attività di formazione specifica per associati: percorsi formativi dedicati a specifici progetti o competenze attraverso collaborazione con consulenti per **EUR7.000**; spese per borse di studio per **EUR6.000**.

In questo progetto sono fondamentali le collaborazioni con i soggetti dei singoli territori in cui la radio ha operatività stabile e con i quali implementa le proprie attività: **Comuni** (Castel Guelfo di Bologna, Medicina, San Giovanni in Persiceto, Bologna, Rimini); **Scuola** (Istituto comprensivo di San Giovanni Persiceto, Comitato scuola del comune di Medicina, Istituto Comprensivo di Dozza Imolese); **Associazioni** operanti nell'ambito sociale come, ad esempio l'Associazione Volontari Castel Guelfo, Medicivitas (Medicina), la Cooperativa Calzolari (San Giovanni in Persiceto), che ospitano nei propri locali, in comodato gratuito, le rispettive redazioni. Ma sono pure sinergiche le collaborazioni con **Soggetti Privati** operanti nell'ambito della comunicazione e della promozione (**Cosmica Edizioni, Pendragon Editore, Radio RAI, Radio24, Radio DeeJay**, ecc) per le attività di promozione verso artisti e presso altri media; **Imprese Private** che attraverso il sostegno economico aiutano il finanziamento delle attività istituzionali.

Altre collaborazioni fondamentali si costituiscono invece all'interno dei vari percorsi di attività formative elaborati seguendo le inclinazioni e gli interessi manifestati dai ragazzi, nonché le opportunità specifiche che il gruppo di adulti individua come aderenti agli scopi associativi ed allineate agli obiettivi. Fra questi l'**Ordine dei Giornalisti dell'Emilia Romagna** per il progetto "Tesserino Immaginario"; **Fondazione Arezzo Wave** per la partecipazione a Arezzo Wave Love Festival, l'**Istituto Ganassini** per il progetto "sostegno al merito" con la creazione di borse di studio di approfondimento linguistico e scambi culturali all'estero; **ASTER S.Cons.p.A.** per i progetti di imprenditorialità giovanile sostenibile (Climate KIC) e di innovazione e tecnologie abilitanti (LET's), **URBER** (Unione dei Consorzi di Bonifica dell'Emilia Romagna) con un progetto di sensibilizzazione su acque e dissesto idrogeologico, **Regione Emilia Romagna**, per svariate giornate di

approfondimento, scambio esperienze, partecipazione, interviste su temi sensibili (sostenibilità e riutilizzo dei rifiuti, sport e competizione giovanile, promozione ricerca teorica e applicata, comunicazione sociale), **Unindustria Bologna** per il progetto "Industriamoci 2015", percorso condotto con gli studenti delle scuole medie per la promozione della conoscenza della realtà industriale del distretto bolognese, delle sue eccellenze, a sostegno della fase di valutazione e scelta degli studi secondari, e per la partecipazione all'evento regionale "FARETE2014", **Biostile – PRO-SGM** per il progetto di ideazione e sviluppo stazione radio autosufficiente a energia solare.

LUOGHI DI REALIZZAZIONE DELLE DIFFERENTI AZIONI

Le azioni di questo progetto sono destinate ai comuni di **quattro province** limitrofe: **Bologna, Rimini, Modena, e Reggio Emilia**, dove è prevista l'apertura di nuove redazioni e la realizzazione delle attività formative descritte. L'autopromozione fluida che caratterizza l'operatività con i ragazzi può candidare aree regionali aggiuntive su cui riorientare le attività in corso d'opera. Viste le dinamiche di attecchimento attuale si darà precedenza a comuni di medio-piccole dimensioni all'interno dei quali è più urgente il superamento dello svantaggio connesso alla posizione periferica.

NUMERO POTENZIALE DESTINATARI DELL'INTERVENTO (diretti e indiretti) E RISULTATI PREVISTI

Sulla base dell'esperienza fatta, ogni redazione coinvolgerà inizialmente fra 5 e 10 adolescenti di età compresa fra 11 e 17 anni, oltre a 1/2 adulti con ruolo di supervisione e regia (**24-48 in totale**). A regime, all'interno delle redazioni opera un gruppo di 15-20 ragazzi per redazione (**60-80 in totale di destinatari diretti**) stabilmente coinvolti nelle attività. Accanto a questi destinatari, le attività pubbliche proposte dalla radio nell'ambito delle finalità formative sono rivolte anche a non iscritti, e pertanto fruibili da fascia variabile di popolazione residente, con particolare riferimento alle attività di "Enjoy Positive". Alcuni esempi di attività realizzate: Cinema Show a Castel San Pietro con **200** partecipanti adolescenti circa; URBER giornata con **400** partecipanti adolescenti; "Industriamoci 2015" con circa **300** partecipanti adolescenti; attività presso Giffoni Film Festival cui hanno partecipato **diverse migliaia** di adolescenti; attività presso le scuole medie dei comuni di residenza di Radioimmaginaria (School ATTACK) con circa **200** partecipanti adolescenti, ecc. Sono circa **20.000** gli ascoltatori che usufruiscono delle dirette e differite radio, **33.000** la dimensione delle community social di Radioimmaginaria, fino a **1,5 milioni** di contatti unici coinvolti a livello locale, nazionale e internazionale.

DATA PER L'AVVIO DEL PROGETTO

Il progetto inizia il 1 Agosto 2015 in corrispondenza del periodo di preparazione di Radiocampo 2015 da tenersi presso l'EU Pavilion di EXPO2015, dal 23 al 31 Agosto.

TERMINE DI CONCLUSIONE DEL PROGETTO

Come per la progettazione 2014-5 il programma prevede 9 mesi di attività intense per giungere al 30 Aprile 2016 con la chiusura e rendicontazione finale.

CRONOPROGRAMMA

AZIONI	2015						2016						
	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug
1. Apertura nuove sedi		X	X	X	X	X	X	X	X	X			
2. Efficientamento			X	X	X	X							

ingaggio gestione community													
3. Promozione		X	X	X	X	X	X	X					
4. Produzione Eventi		X	X		X	X	X	X					
5. Formazione Specifica		X	X	X				X	X	X			
Gestione Progetto		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		

FORME DI MONITORAGGIO PREVISTE

Il controllo continuativo sul successo di progetto avviene attraverso la scelta e il monitoraggio di alcuni indicatori quantitativi rappresentativi. In particolare:

- Creatività:** numero di episodi, consumo (in ore) di contenuti radio, numero ascoltatori, creatività collaterale (grafica, video, canzoni, jingle, eventi)
- Autodeterminazione:** numero di gruppi Social di autogestione; numero di interazioni sui social (commenti e condivisioni); numero di richieste autonome per eventi, partecipazioni, momenti autogestiti; richieste di partecipazione da parte di esterni
- Uso consapevole delle tecnologie:** numero di gruppi Social di autogestione; numero di interazioni sui social (commenti e condivisioni); risultati di auto-apprendimento delle tecnologie
- Crescita della rete e della community:** Numero di ore di trasmissione, numero di eventi, numero di ascoltatori, numero di gradimenti pagine social
- Valutazione delle attività formative realizzate:** numero di giornate, alternanza delle tematiche coinvolte, modalità di realizzazione, numero di adolescenti coinvolti, livello di soddisfazione espresso dai partner e dai fruitori, output sull'organizzazione, output sui fruitori (competenze specifiche acquisite, certificati ed attestati individuali), numero di richieste di partecipazione ricevute da soggetti pubblici e privati, numero di contatti intrapresi in fase di promozione e numero di conclusioni positive.

(A+B) SPESA PREVISTA PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

(dettagliare per tipologia di spesa)

Euro 4.000 (Acquisto Strumentazioni)

Euro 10.000 (Affitto Strumentazione e Attrezzatura)

Euro 11.500 (Trasporto e Trasferte)

Euro 5.000 (Costi Coordinamento)

Euro 11.500 (Compenso Regia)

Euro 12.500 (Consulenze Comunicazione, PR, Promozione)

Euro 7.000 (Consulenze Formazione)

Euro 6.000 (Borse di Studio per Junior)

Euro 2.700 (Materiali di Comunicazione)

Euro 4.800 (Efficientamento e consulenze personalizzazione CRM)

Euro 1.000 (Streaming e Hosting)

Euro 4.000 (Costi di funzionamento sedi)

Euro 80.000 (TOTALE SPESA PROGETTO)

A) CONTRIBUTO RICHIESTO ALLA REGIONE Euro 39.000

(massimo il 50% del costo del progetto)

B) COPERTURA DELLA SPESA RESIDUA (indicare la/e quota/e a carico del/dei soggetto/i finanziatore/i):

Soggetto proponente: **Euro 16.700**

Altri cofinanziatori del progetto (indicare quali e
il concorso finanziario di ciascuno di essi):

Spreaker.com _____ **Euro 1.000**

Comuni ove istituite nuove Antenne __ **Euro 6.000**

Fondazione del Monte di BO e RA ____ **Euro 13.800**

Finanziatore Privato Sostenitore _____ **Euro 3.500**

TOTALE Euro 80.000

Castel Guelfo di Bologna (BO), 28 Luglio 2015

Il Legale Rappresentante

(FIRMA LEGGIBILE PER ESTESO) _____