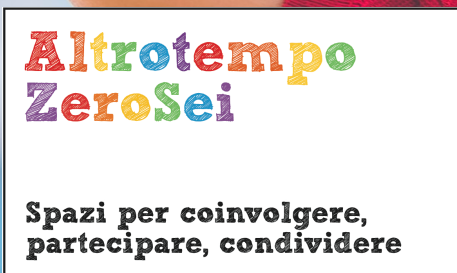


Altrotempo ZeroSei: Un'esperienza lunga 5 anni, un modello per il futuro

23 ottobre 2019



Apertura

Daniela Del Boca

Consigliere della Compagnia di San Paolo

Coordinatrice della Commissione Politiche Sociali

Direttore del Centro di Economia della Famiglia CHILD presso il Collegio Carlo Alberto

Professore ordinario presso Dipartimento di Economia e Statistica di UNITO

Altrotempo ZeroSei



- È uno dei tanti importanti programmi messi in atto all'interno **del Programma ZeroSei**
- Il Programma ZeroSei è uno dei pochi trasversale a varie aree: culturale, sociale, educativa
- È **tra i programmi più innovativi e importanti**

Perché?

Altrotempo ZeroSei – perché innovativo?

- Fino a pochi anni fa **la fascia di età 0-6 anni** in Italia era molto **trascurata**
- Poche fondazioni / istituzioni pubbliche e private hanno finora dedicato così **tante risorse a questa fascia di età**
- Molti **altri programmi** hanno diretto **risorse a fasce di età dove emergevano già problemi** educativi o lavorativi di varia natura

Altrotempo ZeroSei – perché importante?

- **L'investimento** nei primi anni di vita è più **efficace ed efficiente**
- **Lo sviluppo** cognitivo e non cognitivo è relativamente **più malleabile**
- **I rendimenti** di questi investimenti sono **più elevati**
perchè i periodi di fruizione sono più lunghi
- **I costi sono minori in quanto non devono rimediare a «danni» già avvenuti (abbandono scolastico, disoccupazione, ecc.)**

Altrotempo ZeroSei – perché importante?



- L'investimento nella prima infanzia **riduce le diseguaglianze**
- Infatti le diseguaglianze **si formano già nella primissima età**
- **I bambini che vivono in contesti disagiati** ricevono **meno inputs** di tempo e reddito
- **Hanno meno possibilità di sviluppo cognitivo** dei loro coetanei **negli anni seguenti**

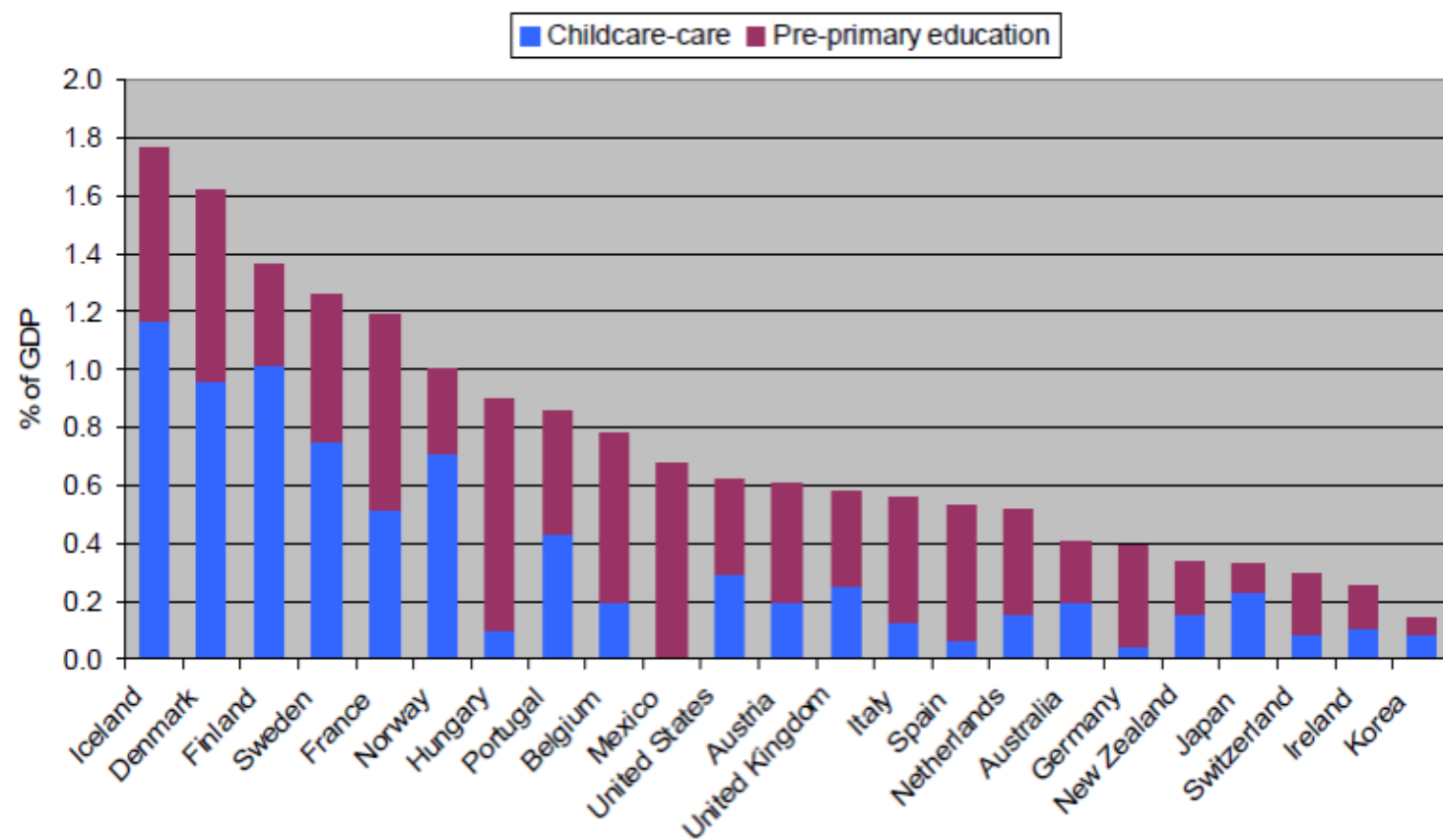
Altrotempo ZeroSei – perché importante?




- **Tuttavia, l'investimento in Italia** nei primi anni di vita è ancora molto basso
- In termini di spesa (in percentuale del PIL), **l'investimento pubblico in Italia** per la classe 3-5 è simile a quello di altri paesi, mentre **per la classe 0-2 è tra i più bassi d'Europa.**


Fig 1

Spese in servizi per bambini 0-2 e 3-5 in % del PIL





Tra i programmi,
l'Azione Altrotempo
del Programma ZeroSei ha
varie dimensioni e
caratteristiche nuove:



1. Luogo

- In primo luogo ha avuto come obiettivo raggiungere bambini e famiglie nella **prima cintura** di Torino invece delle zone centrali (dove altri programmi erano partiti), raggiungendo aree trascurate;
- In queste aree, sono stati stimolati **spazi dedicati alla cura, all'educazione e alla socialità** dei bambini da 0 a 6 anni, a sostegno della **genitorialità** e della **prevenzione** di situazioni di marginalità.

2. Ampio numero dei bambini potenzialmente inclusi


- Sono oltre **20.000** i bambini appartenenti alla fascia 0-6 anni residenti sul territorio di intervento dell'Azione;
- I più piccoli rappresentano il **5,4%** della popolazione totale residente nei 16 Comuni coinvolti in quest'esperienza.

3. Interazioni di vari soggetti diversi

- In questi anni di attività **sono stati coinvolti più di 250 soggetti**
- Tra istituzioni, associazioni, cooperative sociali, scuole, gruppi di genitori e altri enti del territorio attivi sulla fascia 0-6 anni
- Questi soggetti insieme hanno ideato, progettato e realizzato **oltre 2.000 eventi dedicati a bambine e bambini in fascia 0/6 anni e alle loro famiglie**

4. Durata del programma

- Il programma è durato da fine 2014 al 2019
- In questi 5 anni molte occasioni di **approfondimento** e di **formazione e consolidamento di comunità educanti**
- Questo è avvenuto **tramite** la costituzione di **tavoli di progettazione condivisa** tra istituzioni, associazioni, organizzazioni locali, e famiglie che hanno prodotto **sinergie di varia natura**

- 
- Importante che tutto questo non vada disperso
 - Il programma è finito ma è importante che queste esperienze continuino ad essere parte della vita dei soggetti che sono stati coinvolti
 - Si auspica che il **fitto network costruito negli anni sia mantenuto** e possa crescere ancora
 - Cruciale la **disseminazione** di queste esperienze consolidate in questi anni ad altre aree e ad altre famiglie

Contesto obiettivi e metodi: accompagnamento, rete e competenze a sostegno dei tavoli Altrotempo

Arianna Spigolon

*Area Arte, attività e beni culturali, referente Azione Altrotempo ZeroSei –
Compagnia di San Paolo*

Altrotempo – da dove siamo partiti

Contesto

- Ampio numero di bambini in situazioni di povertà relativa e povertà assoluta
- Emergenza educativa
- Risorse limitate sulla spesa sociale
- Necessità di aumentare consapevolezza diffusa su esigenze e potenzialità dei bambini 0-6 anni e favorire integrazione e coordinamento tra servizi e offerte di cura ed educazione

Sappiamo però che:

investire nei primissimi anni di vita ha impatti positivi esponenziali sullo sviluppo complessivo della società

Altrotempo – le linee guida

A fine 2014 la Compagnia di San Paolo emana le linee guida per l’Azione Altrotempo, invitando 20 Comuni della prima cintura ad aderire al progetto, promuovendo la costituzione di tavoli di progettazione partecipata.

Obiettivo:

Incentivare nella prima cintura di Torino la diffusione di spazi dedicati alla cura, all'educazione e alla socialità dei **bambini** nella fascia **0-6 anni**, a **sostegno della genitorialità** e della prevenzione di situazioni di marginalità, ove offrire ai bambini e alle loro famiglie **momenti educativi, laboratoriali e di gioco** e favorire **l'inclusione e la partecipazione**.



Insieme a:

Favorire la **formazione di comunità educanti** a protezione, cura e sviluppo dei bambini 0-6 e delle loro famiglie, mediante la costituzione di **tavoli di progettazione condivisa** tra enti, istituzioni, associazioni, organizzazioni sanitarie locali, gruppi informali di famiglie e ogni altro soggetto operante sul territorio, per far sorgere **sinergie operative, programmatiche ed economiche**.



Verso le famiglie:

offrire in modo diffuso e integrato **ampie opportunità**, rendendo **le famiglie più consapevoli, informate**, in stretta relazione con la comunità e **parte attiva di un sistema cittadino conscio** della necessità di dare priorità alle politiche per l'infanzia e **operoso** nel sostenerlo.



Tavoli di progettazione partecipata



Ricaduta tangibile
su spazi fisici



Tempo che genera
tempo





Altrotempo: il territorio

**16 Comuni
accolgono l'invito
e partecipano
all'Azione,
completando il
progetto**

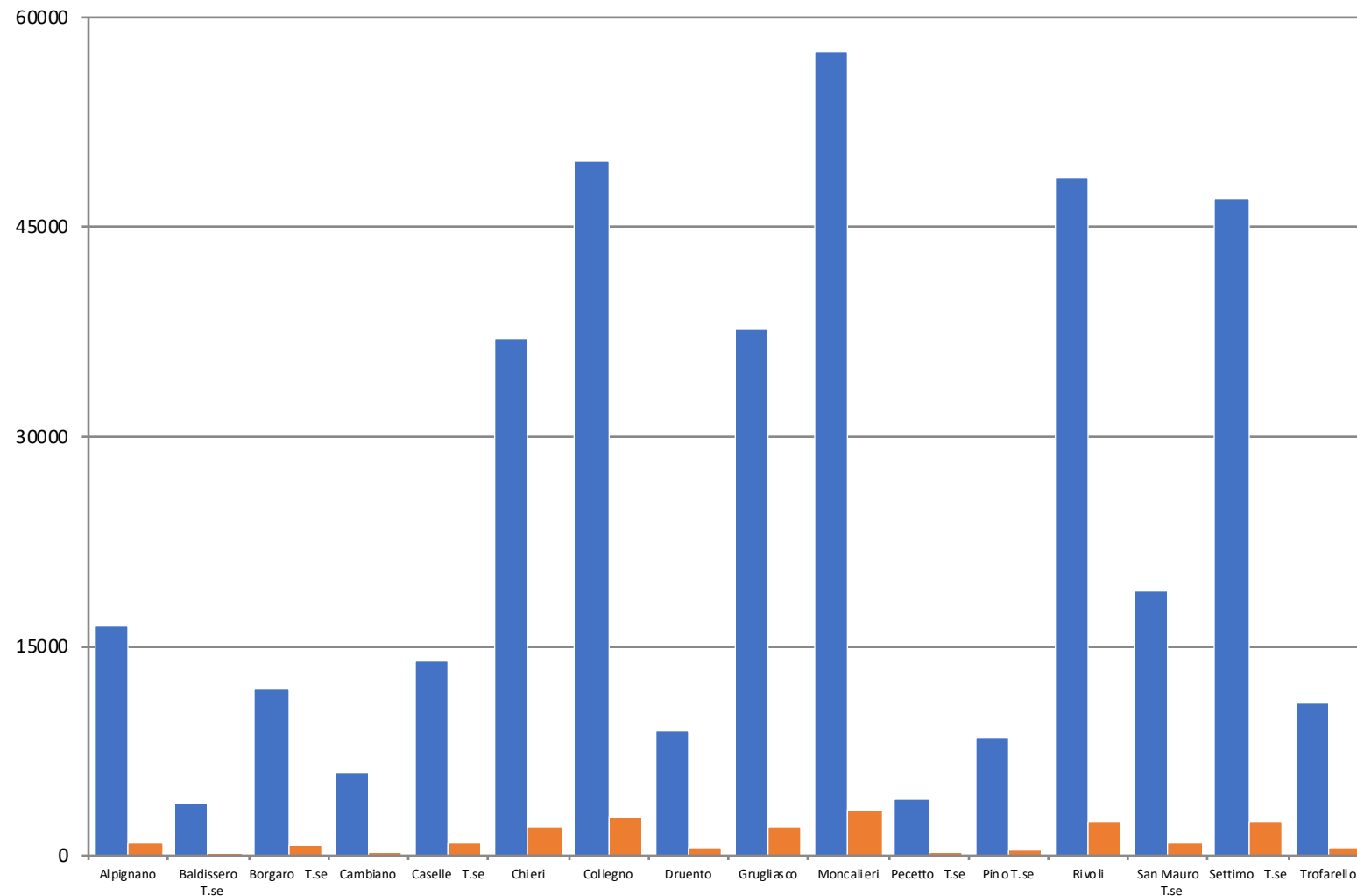
Popolazione

* Dati ISTAT al 31 dicembre 2018

Popolazione residente totale nei 16 Comuni coinvolti *

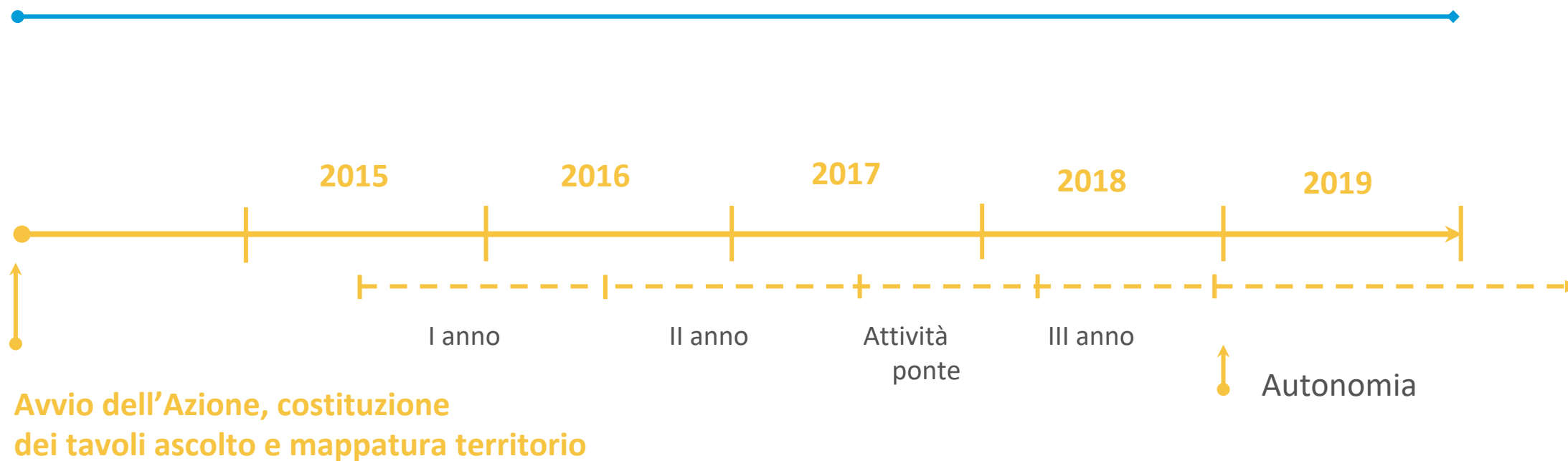
380.291 di cui **5,4%** bambine e bambini 0/6

| Comune | Popolazione residente | Bambini 0/6 | % 0/6 su totale |
|---------------------|-----------------------|---------------|-----------------|
| Alpignano | 16.379 | 812 | 5,0% |
| Baldissero Torinese | 3.680 | 158 | 4,3% |
| Borgaro Torinese | 11.912 | 725 | 6,1% |
| Cambiano | 5.980 | 306 | 5,1% |
| Caselle Torinese | 13.958 | 899 | 6,4% |
| Chieri | 36.958 | 2.074 | 5,6% |
| Collegno | 49.686 | 2.735 | 5,5% |
| Druento | 8.863 | 536 | 6,0% |
| Grugliasco | 37.592 | 2.032 | 5,4% |
| Moncalieri | 57.527 | 3.224 | 5,6% |
| Pecetto Torinese | 4.045 | 216 | 5,3% |
| Pino Torinese | 8.402 | 380 | 4,5% |
| Rivoli | 48.542 | 2.393 | 4,9% |
| San Mauro Torinese | 18.910 | 909 | 4,8% |
| Settimo Torinese | 46.999 | 2.417 | 5,1% |
| Trofarello | 10.858 | 531 | 4,9% |
| | 380.291 | 20.347 | 5,4% |

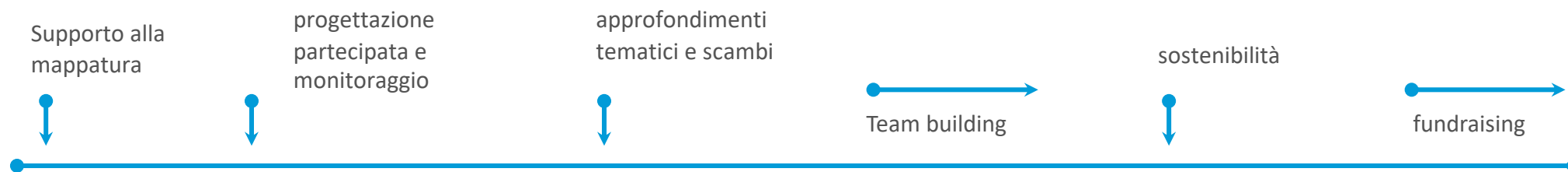


La linea del tempo

Accompagnamento / coordinamento / capacity building



Accompagnamento e capacity building



Accompagnamento metodologico e progettuale



82 ore di formazione e capacity building



Monitoraggio



Tecniche di
Progettazione
partecipata



Outdoor
education



Promozione della
salute



Fundraising



Team building

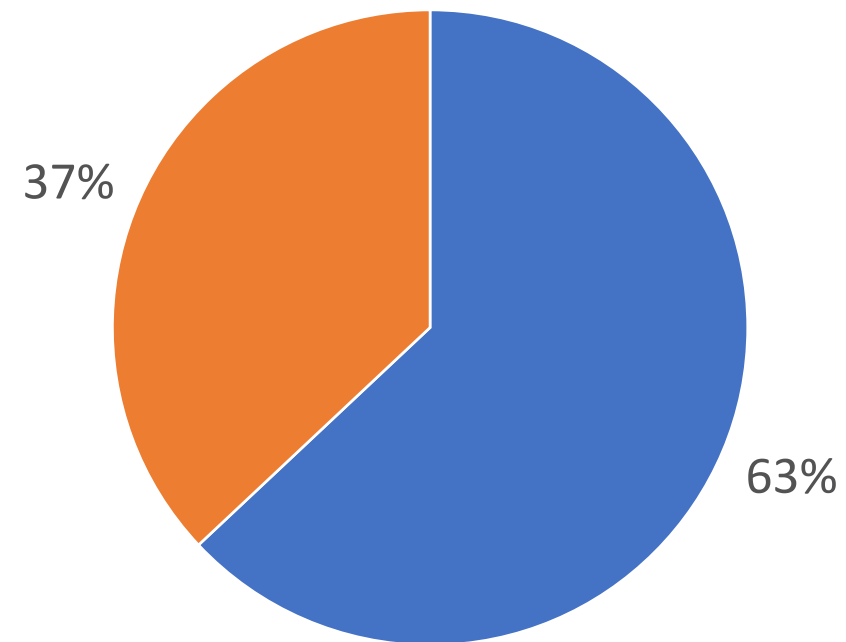
Investimento totale di risorse economiche € 750.000 in 5 anni (2015-2019)

€ 280.000

per accompagnamento
e capacity building
(37% del totale)

€ 470.000

a sostegno dei progetti,
in 3 annualità
(63% del totale)



Il nodo della sostenibilità

Sostenibilità



Economica



Sociale



Organizzativa
e di governance



Tavolo



**Gruppi
di genitori**

**L'esperimento del team building,
per consolidare
e rafforzare i gruppi costituitisi
intorno
ai tavoli**

generare
nuovo valore
in vista del
percorso futuro



I formatori



**Social and
Community
Theatre
Centre**



**POP
Training
360°**



**Cultura
dal Basso**

Il tavolo: risorsa primaria per la tenuta del progetto

Creatività

Consapevolezza

Entusiasmo



Fiducia

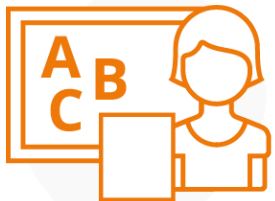
Tavolo

Condivisione

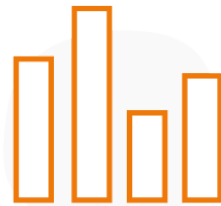
Cooperazione

Responsabilità

Sostenibilità economica: il fundraising con la Scuola di Fundraising di Roma



Formazione



**Accompagnamento
alla pianificazione
del fundraising**



**Restituzione
delle proposte
elaborate**



**Monitoraggio
e follow up**



**Supporto leggero
a implementazione
e realizzazione**

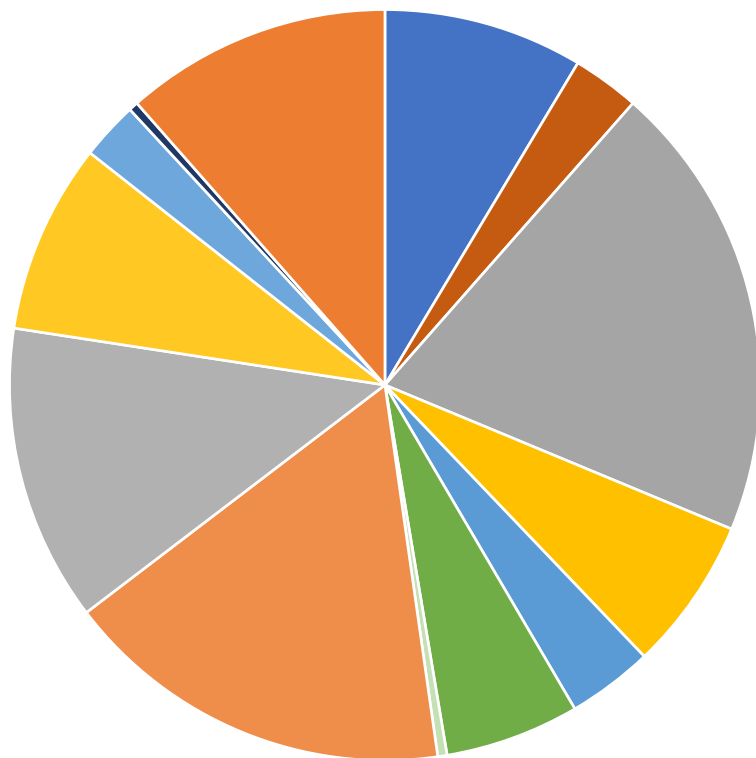
Co-progettazione, partecipazione e attività: esperienze, dati e buone pratiche a confronto

Silvia Pirro, Area Politiche sociali – Compagnia di San Paolo

Cecilia Guiglia, équipe Altrotempo ZeroSei

Soggetti coinvolti nei tavoli di co-progettazione 0/6

Totale soggetti coinvolti: 252



| | |
|---|-------|
| Asili nido | 8,6% |
| Associazioni con ambiti di intervento culturali | 2,9% |
| Associazioni con ambiti di intervento non specifici sulla fascia 0/6 anni | 19,8% |
| Associazioni con ambiti di intervento specifici sulla fascia 0/6 anni | 6,6% |
| Attività profit | 3,7% |
| Aziende e soggetti sanitari | 5,8% |
| Centro per le famiglie | 0,4% |
| Comuni e soggetti comunali | 16,9% |
| Cooperative sociali e affini | 12,8% |
| Gruppi di genitori | 8,2% |
| Istituti comprensivi | 2,5% |
| Musei | 0,4% |
| Scuole dell'infanzia | 11,5% |

Gli eventi



2.152

Totale eventi
proposti

701

Prima annualità

749

Seconda
annualità

702

Terza annualità

134

Media eventi a progetto

I temi



Attività di promozione di stili di vita sani

Educazione alimentare, movimento, outdoor education, benessere psico-fisico



Cultura e welfare culturale

Espresioni artistiche e culturali, avvicinamento alle risorse museali, lettura ad alta voce, valorizzazione delle biblioteche come poli di comunità



Iniziative di partecipazione

Gioco, socialità, condivisione, inclusione



Sostegno al protagonismo delle famiglie

Coinvolgimento famiglie fragili, attivazione dei partecipanti alle attività, ingresso di gruppi di genitori nei tavoli



Riscoperta e riappropriazione del territorio

Attività nei parchi, iniziative itineranti, esplorazioni del territorio e delle sue risorse naturali, produttive e culturali



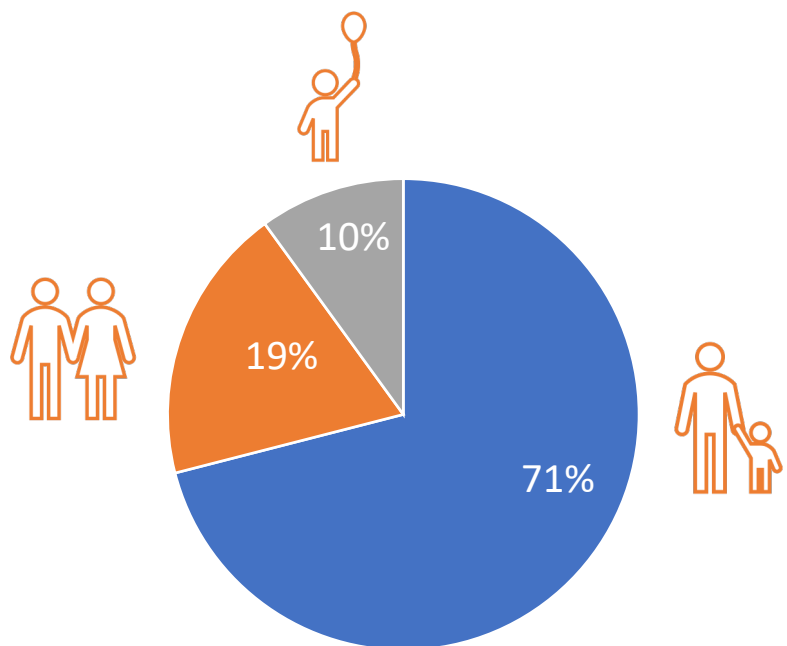
Sostegno alla genitorialità

attraverso competenze, promozione di mutualità, qualificazione del tempo con i figli

I destinatari

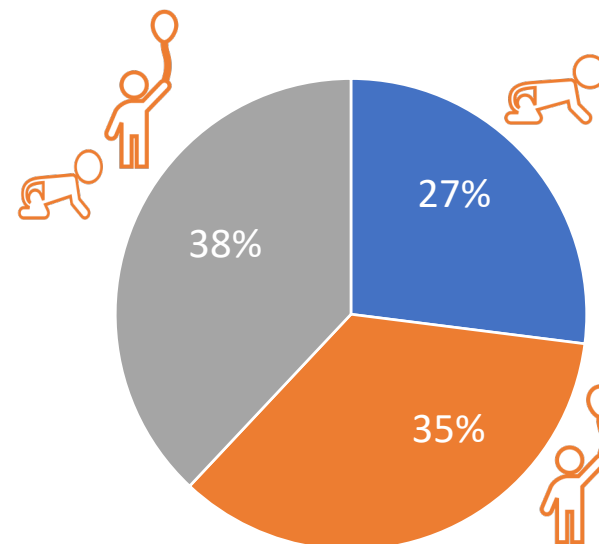
Destinatari eventi

| | | |
|---|-------|--------------|
| Totale attività adulti e bambini | 1.533 | 71,2% |
| Totale attività adulti | 408 | 19% |
| Totale attività bambini | 212 | 9,8% |



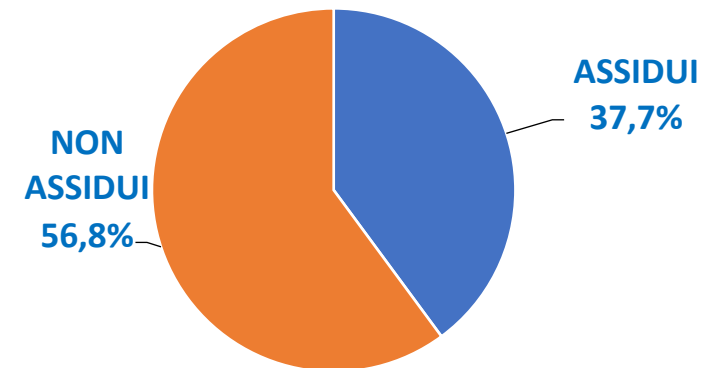
Destinatari eventi per fascia d'età

| | | |
|-----------------------------------|-----|--------------|
| Totale attività fascia 0/3 | 477 | 27,3% |
| Totale attività fascia 3/6 | 603 | 34,6% |
| Totale attività fascia 0/6 | 665 | 38,1% |

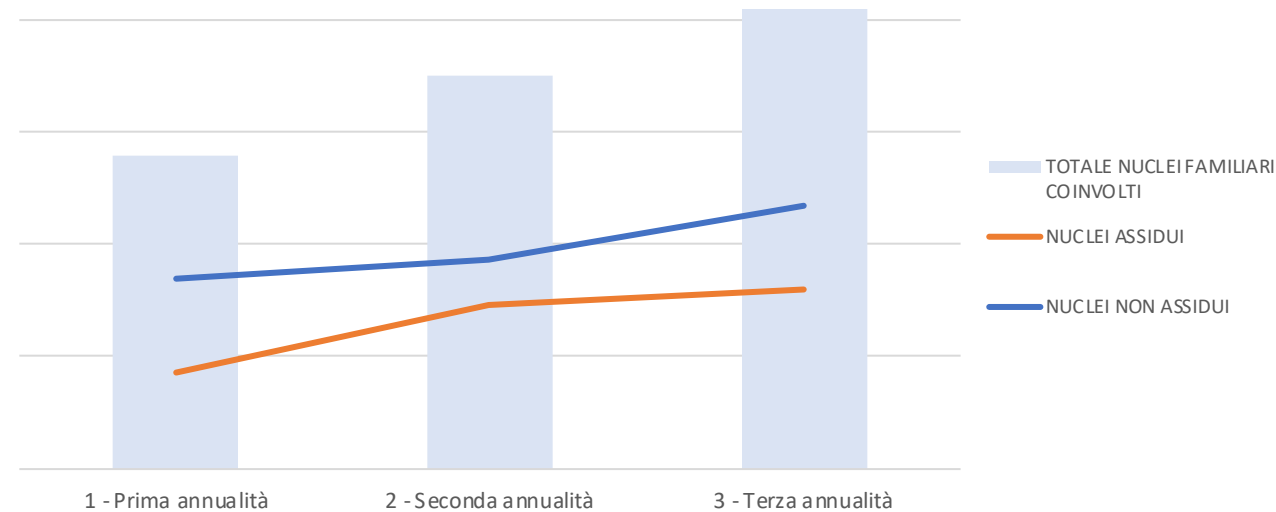


I nuclei familiari partecipanti *

| TOTALE NUCLEI FAMILIARI COINVOLTI | NUCLEI ASSIDUI | NUCLEI NON ASSIDUI |
|-----------------------------------|----------------|--------------------|
| 5.203 | 1.960 | 2.955 |



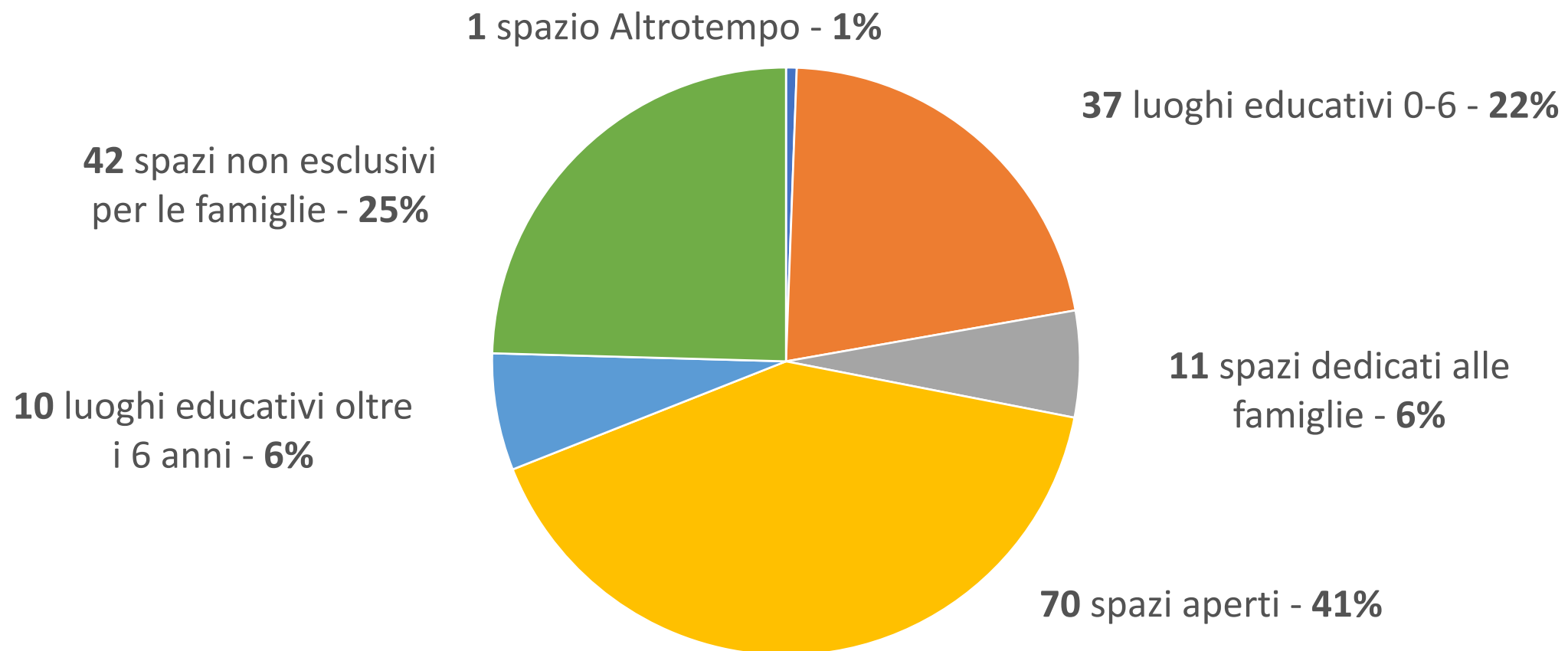
| | TOTALE NUCLEI FAMILIARI COINVOLTI |
|-------------------|-----------------------------------|
| Prima annualità | 1.399 |
| Seconda annualità | 1.752 |
| Terza annualità | 2.052 |



* NOTE

- I dati totali forniti sono relativi a **12 progetti Altrotempo ZeroSei**
- I dati sull'assiduità delle famiglie riguardano invece **10 progetti**. Sono considerate assidue le famiglie che hanno preso parte a più di un'attività per progetto

Eventi: gli spazi utilizzati



Famiglie

Spazi



**Spazi fisici,
dove incontrarsi,
condividere,
arricchirsi**

Tempo



**Tempo che genera
tempo**

Operatori

Spazi



**Spazi fisici (I tavoli)
dove dialogare,
progettare,
apprendere,
condividere**

Tempo



**Tempo
impegnativo,
ma tempo
generativo**

SEZIONE 2 | ALTROTEMPO OLTRE ALTROTEMPO: LE SFIDE PER IL FUTURO

Il fundraising per i progetti Altrotempo ZeroSei, itinerario formativo: percorso, risultati e lezioni apprese

Massimo Coen Cagli

Direttore scientifico della Scuola di Fundraising di Roma

Indice

- Fatti e numeri dell'itinerario di formazione e accompagnamento
- Impatti del fundraising sui tavoli
- Fattori di ostacolo e di facilitazione per il fundraising delle partnership pubblico/privato

FATTI E NUMERI DELL'ITINERARIO DI FORMAZIONE E ACCOMPAGNAMENTO

I 15 itinerari di accompagnamento

| | |
|---|---|
| Corso di Formazione | Tutti i tavoli (15) |
| Accompagnamento avviato e/o concluso | 13: Settimo T., Rivoli, Alpignano, Borgaro, Chieri, Moncalieri, Cambiano, Pecetto, Druento, Pino T., Baldissero, Caselle, San Mauro T. |
| Accompagnamento non avviato | 2: Collegno, Grugliasco |

Gli step di accompagnamento realizzati

| step | n. Tavoli che hanno realizzato lo step * | Grado di realizzazione dello step** |
|--|--|-------------------------------------|
| definizione dello statement della raccolta fondi | 10 | 2,0/3 |
| analisi SWOT | 10 | 1,9/3 |
| ideazione di attività di fundraising | 11 | 2,0/3 |
| pianificazione operativa | 10 | 1,9/3 |
| implementazione | 9 | 1,6/3 |

* Base = 11 tavoli (2 tavoli che hanno avviato l'itinerario hanno deciso quasi subito di non svolgere attività di fundraising)

** 1 = incompleto; 2 = parzialmente completo; 3= completo

I nuovi fundraiser: una risorsa per il futuro delle partnership

| | |
|---|-----------|
| Personale di associazioni | 8 |
| Personale di Cooperative | 8 |
| Personale del comune | 6 |
| Persone di Gruppi genitori | 6 |
| Personale di servizi o Consorzi di servizi (asilo/ludoteca) | 6 |
| Genitori volontari a titolo personale | 4 |
| Assessori comunali | 2 |
| Servizio civile (comune) | 2 |
| Personale di Biblioteca | 2 |
| Personale di museo/ist. culturale | 2 |
| Personale di IPAB | 1 |
| Personale della Parrocchia | 1 |
| Altro non specificato | 5 |
| Totale | 53 |

16 Non profit

10 Amministrazione comunale

11 servizi alla collettività

11 Volontari (genitori)

IMPATTI ECONOMICI E NON ECONOMICI

2.500 euro raccolti da individui, aziende, e club. Nuovi donatori.



8 tavoli hanno svolto attività concrete di raccolta fondi + 1 programmato nel 2019



In 2 casi il fundraising ha favorito un finanziamento del Comune o ha facilitato la sua erogazione



I donatori sono persone e aziende “nuove” (allargamento della base di sostegno)

Aumento del “potenziale”



Competenze

da sfruttare per i tavoli e per le organizzazioni della partnership



Consapevolezza

della importanza del fundraising nella creazione di partnership di nuovo welfare



Legittimazione

a chiedere fondi, superando una cultura organizzativa che tende a non occuparsi della sostenibilità



Coinvolgimento

di nuove organizzazioni e di che grazie al fundraising si sono avvicinate e hanno collaborato



Responsabilità

di alcune organizzazioni sul fundraising (assumersi l'onere di realizzare una attività importante)



Allargamento della base di interesse

più impegno volontario di genitori e comunità; allargamento dei confini territoriali

FATTORI DI OSTACOLO E DI FACILITAZIONE

1 – Imparare la lezione da errori e successi



Ciò che impedisce o ostacola il fundraising per le partnership e per i donatori



Ciò che favorisce una buona riuscita del fundraising e una crescita delle donazioni

2 – Imparare la lezione da errori e successi



- Le vicende politiche e le elezioni in corso ostacolano il buon sviluppo del fundraising o addirittura lo bloccano
- Una eccessiva dipendenza del fundraising dalle decisioni dall'amministrazione comunale e dalle procedure burocratiche e amministrative che la caratterizzano.



- Un ruolo attivo dell'Ente locale e del suo personale e degli amministratori favorisce un buon sviluppo del fundraising
- Facilita autorizzazioni e burocrazia
- Favorisce l'adesione di altri partner/collaboratori
- Garantisce servizi a basso costo

3 – Titolarità della raccolta fondi



- La mancanza di un ente che si assuma la titolarità di raccolta fondi impedisce di passare dal dire al fare
- Scegliere il soggetto che fa la cassa in corso d'opera è più difficile
- Costituire un soggetto ad hoc, richiede tempo



- La disponibilità di un soggetto a rendersi titolare rende tutto più facile e può favorire vantaggi per i donatori
- Garantisce formalità e trasparenza

4 – Un gruppo coeso attorno ad un progetto condiviso



- Scarsa motivazione dei partecipanti a prendere parte al tavolo. “Sono insieme per la prima volta”
- Una progetto generico o solo una idea
- Scarsa condivisione del progetto



- L'esistenza di un nucleo di organizzazioni e di persone che si conoscono e hanno già lavorato insieme prima della costituzione della partnership
- Un progetto sociale ben definito (non una semplice idea) e un consenso consapevole e responsabile circa la sua realizzazione

5 – Pianificazione e management del fundraising



- La mancanza di un piano che definisca attività, incarichi, tempi lasciando le cose al caso
- La sottoutilizzazione dei consulenti (tutor)
- Eccessiva collegialità
- Uno staff esiguo e discontinuo



- Un capo del fundraising, una persona che si assume la responsabilità dedicando tempo rilevante e proattiva
- Incarichi formali e riconosciuti da tutta la partnership
- Aver dedicato il tempo giusto alla pianificazione

6 – altri fattori “pro” e “contro”



- Mancanza di investimento economico (per quanto minimo) sul fundraising
- Pauperismo (puntare in basso)
- Remore nel chiedere fondi, contrarietà politica al fundraising



- La presenza, attorno al tavolo, di una comunità di cittadini attivi come “pre-condizione” per un buon fundraising
- La scelta di strumenti di raccolta fondi che le organizzazioni del tavolo hanno già praticato

In conclusione

Non solo si può fare, ma il farlo produce effetti positivi al di là del risultato economico.

A patto di conoscere le condizioni necessarie ad imboccare un percorso di successo.

Un'esperienza lunga 5 anni, un modello per il futuro

Arianna Spigolon, referente Azione Altrotempo ZeroSei – Compagnia di San Paolo

Claudia Mandrile, Responsabile Programma ZeroSei – Compagnia di San Paolo

Altrotempo sotto la lente

Punti di forza

- Sostenibilità
- Creazione di reti virtuose
- Flessibilità delle partnership
- Lunga durata
- Investimento nel capacity building
- Pianificazione della exit strategy e del progressivo passaggio di consegne

Punti di debolezza

- Progetto fortemente time consuming
- Poca pianificazione ex ante del capacity building
- Complessità rispetto al ruolo dei genitori
- Difficoltà a interpretare il monitoraggio come risorsa e conseguente disomogeneità nelle rilevazioni

Altrotempo oltre Altrotempo: cosa è accaduto nel 2019, cosa accadrà nel 2020

2019

11 tavoli su 16 hanno attivato **forme di continuità** all'iniziativa e al tavolo partecipato in conformazione simile;

di questi, **4 territori** hanno trovato vie di sviluppo nell'ambito di **altre linee di sostegno** (Grugliasco, Chieri, Moncalieri; Settimo);

1 territorio sta sperimentando forme di **partnership sovracomunale** (Caselle)

2020

9 tavoli su 16 dichiarano di voler proseguire l'esperienza del tavolo di co-progettazione; altri 2 manifestano interesse a farlo avendo condizioni adeguate

Altrotempo – gli apprendimenti



La comunità educante

La progressiva presa di coscienza di costruire comunità educanti; l'impegno a proseguire, trovando nuovi contesti di sviluppo



Il gruppo

Il gruppo come risorsa primaria e la funzione generativa dei percorsi di investimento sul gruppo



Le competenze

La costruzione e la valorizzazione delle competenze



Le famiglie

La presa di coscienza da parte delle famiglie di essere parte attiva; l'ingaggio del territorio tutto



Le partnership

La partnership pubblico-privata: Un modello di flessibilità



La genitorialità

La futura sfida della genitorialità e del riconoscimento del ruolo dei genitori

Quale comunità abbiamo contribuito a stimolare?

- Una comunità **capillarmente cooperativa**, con una forte integrazione tra pubblico e privato
- Una comunità **consapevole e competente**
- Una comunità **disposta al cambiamento**
- Una comunità **responsiva**, pronta a intercettare nuovi bisogni e nuove aspettative delle famiglie stimulate



Quali sfide per il futuro?



Rapporto tra operatori e famiglie

I genitori intercettati escono comunque diversi da come sono entrati nell'esperienza, più attivi, più consapevoli, più esigenti

Come trovare adeguate risposte per affrontare, accogliere e valorizzare questo aumento di aspettative?

Replicabilità e scalabilità

Come possiamo diffondere queste esperienze, perché il loro effetto sia amplificato e abbia ripercussioni sulle politiche pubbliche globali?

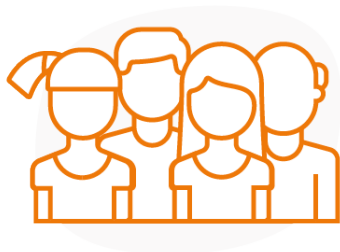
É possibile? E a quali condizioni?

Il passaggio di consegne e la sfida della continuità

Le sperimentazioni che funzionano devono radicarsi e diventare continuative. Come gestire il passaggio di consegne?

Abbiamo dato tempo necessario per il radicamento delle esperienze?

I processi già in atto



Le linee sulla genitorialità

Per famiglie consapevoli, ricettive, desiderose di giocare un ruolo attivo



Nuovi Orizzonti ZeroSei

Innovazione, integrazione, disseminazione e trasferimento di buone pratiche



I Bandi di Con i Bambini

Per il Fondo nazionale di contrasto alla povertà educativa

**Alla base rimane il tema della fiducia
e del riconoscimento reciproco di tutti gli
attori coinvolti e delle peculiarità
di ognuno chiave essenziale di ogni processo
partecipato**

Hanno partecipato all'Azione Altrotempo ZeroSei

Équipe Altrotempo ZeroSei: **Arianna Spigolon, Silvia Pirro, Claudia Mandrile, Marzia Sica, Cecilia Guiglia, Daria Rabbia**

Collaboratori Altrotempo ZeroSei: **Cristina Basciano, Katuscia Greganti, Roberto Maurizio, Paola Varallo**

I formatori coinvolti per i percorsi di team building attivati di: *Social and Community Theatre Centre* (**Maurizio Bertolini, Silvia Cerrone, Lorena La Rocca, Alessandra Rossi Ghiglione**), *POP Training 360°* (**Lorenzo La Scala**) e *Cultura dal basso* (**Andrea Allione, Roberto Canu, Monica Mazzucco**)

I formatori e i tutor della *Scuola di Fundraising di Roma*: **Massimo Coen Cagli, Valentina D'Amelio, Alessandra Gerbo, Federica Maltese, Dafne Spirli**

Si ringraziano i Comuni che hanno preso parte a quest'esperienza, i coordinatori dei tavoli locali di co-progettazione e i soggetti che hanno partecipato attivamente alla realizzazione dell'Azione Altrotempo ZeroSei

