



**RELAZIONE ACCOMPAGNATORIA AL  
RENDICONTO RELATIVO AL CONTRIBUTO 5 PER MILLE**

**Anno 2020**

## Sommario

<b>1. RENDICONTO 5 PER MILLE</b>	<b>3</b>
<b>2. RELAZIONE ACCOMPAGNATORIA AL RENDICONTO 5 PER MILLE - ANNO 2020</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Presentazione dell'Ente beneficiario</b>	<b>4</b>
<b>2.2 Dettaglio dei costi rendicontati</b>	<b>5</b>
2.2.1 Risorse umane	5
2.2.2 Spese di funzionamento	7
2.2.3 Spese per acquisto beni e servizi	7
2.2.4 Spese per attività di interesse generale dell'ente	11
2.2.5 Accantonamento	11

## 1. RENDICONTO 5 PER MILLE

### Anagrafica

Denominazione sociale Fondazione Campagna Amica  
 C.F. dell'Ente 97467440588  
 con sede nel Comune di Roma prov. RM  
 CAP 00187 via XXIV Maggio 43  
 Telefono 06.48888963 fax 06.4745091 e-mail segreteria@campagnamica.it  
 PEC campagnamica@pec.coldiretti.it  
 Rappresentante legale Raffaele Grandolini C.F. GRNRFL67B16H501V

Rendiconto anno finanziario 2020  
 Data di percezione del contributo annualità 15/09/2021

<b>IMPORTO PERCEPITO</b>	<b>574.497,11 EUR</b>
<b>1. Risorse umane</b>	<b>197.903,10 EUR</b>
1.1 Personale	197.903,10 EUR
<b>2. Spese di funzionamento</b>	<b>75.749,80 EUR</b>
2.1 Locazione di spazi attrezzati	75.749,80 EUR
<b>3. Spese per acquisto beni e servizi</b>	<b>300.844,21 EUR</b>
3.1 Controlli e attività ispettive	97.196,45 EUR
3.2 Consulenze specifiche	73.157,20 EUR
3.3 Ricerche di mercato	40.450,00 EUR
3.4 Acquisto di tessere e targhe	7.639,16 EUR
3.5 Stampati	21.252,40 EUR
3.6 Materiali per promozione e manifestazioni	28.218,60 EUR
3.7 Comunicazione	32.930,40 EUR
<b>4. Spese per attività di interesse generale dell'Ente</b>	<b>0,00 EUR</b>
<b>5. Accantonamento</b>	<b>0,00 EUR</b>
<b>TOTALE SPESE</b>	<b>574.497,11 EUR</b>

Il rappresentante legale, con la sottoscrizione del presente rendiconto:

- Dichiara che le spese inserite non siano già state imputate ad altri contributi pubblici o privati (c.d. divieto di doppio finanziamento a valere sulla stessa spesa), se non per la parte residua;
- Attesta l'autenticità delle informazioni contenute nel presente documento e la loro integrale rispondenza con quanto riportato nelle scritture contabili dell'organizzazione, consapevole che, ai sensi degli articoli 47 e 76 del d.P.R. n. 445/2000, chiunque rilasci dichiarazioni mendaci, formi atti-falsi ovvero ne faccia uso è punito ai sensi del codice penale e dalle leggi speciali in materia.

Il presente rendiconto, inoltre, ai sensi dell'articolo 46 del citato d.P.R. n. 445/2000, deve essere corredato da copia semplice di un documento di identità in corso di validità del soggetto che lo abbia sottoscritto.

Roma, Li 14/09/2022

**FONDAZIONE  
CAMPAGNA  
AMICA**

Firma del rappresentante legale (per esteso e leggibile)



## 2. Relazione accompagnatoria al rendiconto 5 per Mille - Anno 2020

La presente relazione è redatta a integrazione dell'informativa fornita con il rendiconto degli importi del 5 per Mille anno 2020, percepito il 15/09/2021 dalla Fondazione Campagna Amica, al fine di dettagliare e specificare tutte le spese sostenute e la destinazione delle risorse attribuite.

### 2.1 Presentazione dell'Ente beneficiario

La Fondazione Campagna Amica, riconosciuta con atto n. 544/2007 della Prefettura di Roma, è un Ente di diritto privato senza scopo di lucro, iscritto nel Registro delle persone giuridiche.

L'Ente, promosso da Coldiretti, presenta quale **scopo statutario** *la promozione della qualità e salubrità nei processi di sviluppo coinvolgenti il territorio, il clima, l'uomo e l'ambiente*. La Coldiretti, attraverso la costituzione della Fondazione, ha inteso ampliare la platea dei soggetti destinatari del proprio messaggio, perseguendo finalità d'interesse generale con obiettivi educativi, scientifici, sociali e culturali. L'Ente nasce per sostenere il valore e la dignità dell'agricoltura italiana, la tutela dell'ambiente, del territorio, delle tradizioni, della cultura, della salute e sicurezza alimentare, dell'equità, dell'accesso al cibo al giusto prezzo, dell'aggregazione sociale e del lavoro. La Fondazione è il luogo ideale di incontro tra gli interessi degli agricoltori e dei cittadini e si rivolge a tutti per dare risposte a temi di grande attualità come l'alimentazione, il turismo, l'ecologia, la salute e il benessere.

La Fondazione sostiene l'agricoltura italiana nella vendita diretta, nel turismo, e nell'ecosostenibilità. Per questo promuove **attività istituzionali** di pubblica utilità volte a dar forza alle diverse aree geografiche nazionali, esaltandone le specificità, le tradizioni produttive-culturali e le peculiarità storico-paesaggistiche:

- **Organizza e promuove** i punti di eccellenza della filiera agricola italiana dalla terra alla tavola;
- **Difende la biodiversità** e i suoi agricoltori sono i custodi delle tradizioni e culture del territorio;
- **Sostiene** il made in Italy, le produzioni locali e i prodotti tipici del nostro meraviglioso territorio;
- **Contribuisce a proteggere** l'ambiente attraverso percorsi di sostenibilità ed economia circolare, promuovendo stili di vita più compatibili con le mutate esigenze dell'ambiente e della società;
- **Valorizza** il vero agriturismo italiano;
- **Monitora** prezzi, stili di vita e abitudini alimentari dei cittadini;
- **Produce** strumenti di conoscenza per una spesa consapevole;
- **Promuove** una corretta educazione alimentare nelle scuole e mediante occasioni di conoscenza e di partecipazione culturale e scientifica per i cittadini.

La Fondazione è titolare del **marchio collettivo "Campagna Amica"** che identifica una Filiera Agricola Italiana, finalizzata a rendere riconoscibile l'italianità dei prodotti agricoli nei confronti del consumatore finale. Il marchio collettivo può essere concesso in licenza a soggetti che rispettino il Regolamento d'uso del Marchio, che disciplina le finalità perseguite, individua i soggetti licenziatari, limita l'uso del marchio e sanziona eventuali inadempimenti. Il Marchio, registrato nel 2010, oggi costituisce un segno distintivo sempre più riconosciuto dai cittadini, che lo percepiscono come sinonimo di qualità dei prodotti di provenienza italiana certificata, anche attraverso le sue declinazioni ideate per identificare le varie specificità della Rete di Campagna Amica.

Per ampliare la diffusione del messaggio culturale di tutela e promozione della tradizione agricola ed agroalimentare italiana, la Fondazione si è mossa attraverso l'organizzazione di **mercati** coordinati dall'Ente, ma gestiti direttamente dai produttori agricoli (cd. *mercati in vendita diretta di Campagna Amica*). In pochi anni è nata in Italia una rete unica che si è diffusa a livello internazionale per dimensioni e caratteristiche che ha esteso la sua presenza dalle fattorie ai mercati, dai ristoranti al cibo di strada, dagli agriturismi agli orti urbani: la più grande rete di vendita diretta sotto lo stesso marchio.



## 2.2 Dettaglio dei costi rendicontati

Sono stati indicati esclusivamente i costi derivanti da obbligazioni assunte dopo la comunicazione ufficiale dell'elenco definitivo degli ammessi, pubblicato sul sito del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e dell'Agenzia delle Entrate, come specificato nelle Linee Guida emanate dal Ministero.

Le spese indicate si riferiscono integralmente a costi sostenuti per raggiungere gli scopi istituzionali della Fondazione, quali:

- ❖ il controllo di qualità sugli accreditati che utilizzano il marchio collettivo "Campagna Amica", che identifica per il consumatore la provenienza e la tracciabilità delle produzioni italiane;
- ❖ la produzione, stampa e diffusione di materiale promozionale;
- ❖ il coordinamento dei mercati e dell'intera rete di aderenti;
- ❖ la partecipazione a manifestazioni per la diffusione del messaggio istituzionale dell'Ente;
- ❖ la formazione e l'assistenza agli accreditati;
- ❖ le ricerche di mercato, volte alla diffusione dei dati raccolti e all'individuazione di potenzialità di intervento nel territorio da parte della Fondazione.

Di seguito il dettaglio delle voci rendicontate.

### 2.2.1 Risorse umane

L'Ente è dotato di un consiglio di amministrazione con funzioni strategiche di indirizzo e un organo esecutivo rappresentato dal Direttore, coadiuvato da 8 risorse assunte a tempo indeterminato, oltre alla segreteria e agli uffici amministrativi. E' presente inoltre un comitato scientifico e un organo di controllo contabile, di legalità e di buona amministrazione.

La Fondazione è articolata nella sede nazionale, cui si aggiungono rappresentanze regionali e provinciali. Il territorio, infatti, è monitorato in maniera capillare, grazie alla presenza di coordinatori/referenti locali, che fanno riferimento alla direzione centrale per attuare le linee di indirizzo nazionale, ma nel contempo recepiscono le idee e le esigenze specifiche emergenti sulle diverse realtà geografiche.

Sono stati rendicontati costi per il personale per Euro 197.903,10.

n. risorse	Attività	Tipologia contrattuale	Tempo indeterminato	Importo rendicontato (quota parziale)
2	Supporto alle attività della fondazione	Commercio	Sì	41.374,72
1	Attività promozione, sviluppo e coordinamento di immagine	Commercio	Sì	42.843,37
1	Comunicazione e supporto allo sviluppo digitale	Commercio	Sì	24.779,09
1	Agricoltura sociale	Commercio	Sì	32.114,02
3	Sostegno e sviluppo Rete e Mercati	Commercio	Sì	56.791,90
<b>Totale: 8</b>				<b>197.903,10</b>

Le spese relative ai dipendenti sono costituite dalle retribuzioni (quote orarie) e dai relativi oneri previdenziali e assistenziali. Le retribuzioni e i contributi sono stati regolarmente pagati nel periodo in



esame. Le risorse rendicontate sono 8, tutte assunte a tempo indeterminato, per una quota parte del loro impiego nel periodo compreso fra luglio 2021 e giugno 2022.

Fra i dipendenti è incluso un giornalista, che si occupa dei contenuti e della redazione del giornale on line *Il Punto di Campagna Amica*, della produzione di elaborati editoriali da diffondere al cittadino, oltre ai contenuti prodotti per le newsletter periodiche e per la sezione delle notizie sul sito web. Alla comunicazione, in supporto al giornalista, è assegnata un'altra risorsa, che cura il sito, nonché la comunicazione sui media e sui social network.

L'aspetto promozionale e di comunicazione ha visto Campagna Amica impegnata su vari fronti:

- **Newsletter consumatori.** Settimanalmente viene inviata una newsletter nazionale della rete di Campagna Amica sui temi del cibo genuino, della sicurezza alimentare, del turismo in campagna con una vetrina sui principali eventi in tutta Italia. Il database consumatori viene alimentato dalla raccolta di indirizzi mail raccolti sul territorio in occasione di mercati ed eventi;
- **Newsletter agriturismi.** E' stato offerto alle aziende agrituristiche accreditate un servizio di supporto informativo con l'obiettivo di offrire un valido punto di riferimento per la gestione dell'impresa agrituristiche;
- **Newsletter imprese che fanno agricoltura sociale.** E' stato offerto alle aziende agricole che svolgono attività nel sociale un valido servizio di supporto informativo attraverso la condivisione di strumenti conoscitivi, informazioni sulla normativa che disciplina il comparto e costanti aggiornamenti di attualità;
- **Sito internet** della Fondazione, reso più fruibile per l'utente e quotidianamente arricchito di contenuti e notizie nelle diverse aree tematiche. Attraverso la ricerca si può scoprire dove acquistare, mangiare e soggiornare nella Rete di Campagna Amica: il più grande sistema di vendita diretta degli agricoltori presente in tutta Europa. Al sito si affianca la **App Campagna Amica** per smartphone. La App e il sito sono alimentati tenendo costantemente aggiornate le schede di tutte le aziende, dei mercati e degli agriturismi aderenti a Campagna Amica. In ogni scheda, si trovano descrizioni, foto e dettagli sui prodotti e i servizi offerti, aggiornati in tempo reale su tutto il territorio nazionale;
- **Progetti editoriali.** In collaborazione con La Pecora Nera Editore, Giunti Editore e Le Guide de L'Espresso, sono stati redatti volumi che raccontano il meglio dell'enogastronomia italiana con la presenza dei mercati di Campagna Amica e dei Cuochi Contadini.

Due risorse seguono nello specifico gli accreditamenti delle imprese e i controlli sul corretto utilizzo del marchio, comunicano con i soci e forniscono i dati all'ufficio amministrativo. Le risorse curano l'Albo degli accreditamenti e il Registro dei Controlli.

Inoltre la Fondazione ha 3 risorse impegnate nel seguire i mercati e le iniziative sul territorio, sia a livello regionale (nel Lazio) che nazionale. Anche le nuove aperture dei mercati vengono supportate dalla presenza delle risorse della Fondazione, per garantire il rispetto degli standard qualitativi e il corretto utilizzo del marchio (verificare e monitorare le attività produttive delle aziende e valutarne la coerenza con i prodotti commercializzati, la presenza dei prezzi e dei cartellini esposti, in rispondenza con il Disciplinare di Campagna Amica).

Infine una risorsa si occupa di attività di ricerca per contenuti per social e sito, stesura progetti e report su Agricoltura Sociale, Ambiente e Agricoltura, Territorio, Nuovi stili di consumo. Relativamente all'**Agricoltura Sociale**, l'Ente ha lavorato all'implementazione della rete delle aziende operanti nel settore dell'agricoltura sociale ed è stato redatto e pubblicato il primo Rapporto sull'Agricoltura Sociale



realizzato in Italia. In tema di **Orti urbani**, Campagna Amica ha partecipato a numerose trasmissioni televisive per la divulgazione delle buone pratiche orticole pubblicizzando la figura professionale del Personal Trainer dell'orto.

Tutte le risorse, oltre alle proprie attività specifiche, sono coinvolte nella realizzazione delle attività pianificate e delle iniziative/eventi realizzati dall'Ente, a supporto del Direttore e del Coordinatore.

I costi rendicontati rappresentano quota parte dei costi sostenuti per le risorse umane.

## 2.2.2 Spese di funzionamento

### *Locazione Spazi attrezzati*

L'Ente ha sede legale in via XXIV Maggio 43 in Roma. La somma rendicontata (Euro 75.749,80) corrisponde a parte dei canoni pagati per la sede nel periodo di riferimento, corrispondenti a regolare contratto registrato presso l'Agenzia delle Entrate al n. 3T-14331/2021.

La sede nazionale è il centro nevralgico dell'attività, costituendo il punto di raccordo centrale per il coordinamento territoriale. Ospita le rappresentanze locali e organizza i tavoli di confronto, da cui scaturiscono le nuove iniziative da portare avanti per promuovere i fini istituzionali.

Il canone mensile rendicontato (pari a Euro 10.821,40) comprende anche le utenze elettriche, il collegamento alla rete informatica, la telefonia, le pulizie, il servizio di corrispondenza e il facchinaggio, il condominio, il condizionamento e il riscaldamento. I metri quadri locati sono 195.

## 2.2.3 Spese per acquisto beni e servizi

<b>3. Acquisto beni e servizi</b>	<b>Euro</b>	<b>300.844,21</b>
3.1 Controlli e attività ispettive	Euro	97.196,45
3.2 Consulenze specifiche	Euro	73.157,20
3.3 Ricerche di mercato	Euro	40.450,00
3.4 Acquisto di tessere e targhe	Euro	7.639,16
3.5 Stampati	Euro	21.252,40
3.6 Materiali per promozione, manifestazioni e allestimento mercati	Euro	28.218,60
3.7 Comunicazione	Euro	32.930,40

### *Controlli e attività ispettive*

L'Ente ha posto l'accento su azioni valoriali quali la difesa della **reputazione** e la ricerca della **sicurezza** dei cibi e dei Mercati locali che costituiscono il vero patrimonio comune, intangibile, della rete di Campagna Amica.

La rete di Campagna Amica è articolata come segue:

	2022*
MERCATI DI CAMPAGNA AMICA	909
FATTORIE	6.889
RISTORANTI	649
AGRITURISMI	2.350
BOTTEGHE	159
ORTI DI CAMPAGNA AMICA	214
NO FOOD	21
CIBO DI STRADA	27

\*aggiornamento al 14/09/2022

L'utilizzo dei marchi di garanzia "Campagna Amica" - nelle sue declinazioni specifiche per i mercati, i punti vendita, i prodotti, le botteghe, ecc. - è subordinato al rispetto di un regolamento. I licenziatari del marchio "Campagna Amica", dimostrando di poter garantire l'origine agricola e italiana della produzione venduta, hanno diritto di apporre il Marchio sui propri prodotti e/o sulle proprie insegne e sono sottoposti a **periodici controlli** per la verifica dell'esistenza e della permanenza dei requisiti. Con la crescita della rete, il sistema dei controlli, punto nevralgico della Fondazione, è stato intensificato e ha determinato l'esclusione delle aziende che non hanno rispettato gli standard di qualità e di correttezza richiesti dal progetto.

L'importo rendicontato, per Euro 97.196,45, è relativo a parte dei servizi resi dai certificatori esterni che verificano presso gli accreditati l'osservanza della normativa, del rispetto del regolamento di Campagna Amica, evidenziando eventuali irregolarità e accrediti da revocare.

La prima fase di verifica consiste nella valutazione interna dei requisiti per l'accreditamento. Seguono quindi periodici controlli effettuati dal certificatore esterno CSQA, che verifica la permanenza dei requisiti. I verbali di verifica vengono quindi trasmessi alla Direzione che procede al riscontro dei requisiti necessari per il mantenimento della qualità di accreditato e irroga le eventuali sanzioni. Tutti i controlli sono coordinati dalla Fondazione e per una gestione più efficace dell'attività è stato istituito il Registro Unico dei Controlli, che raccoglie tutte le informazioni inerenti le verifiche effettuate.

Sull'efficacia ed efficienza dei controlli l'Ente fonda il suo sistema di garanzia, allo scopo di rendere credibile il requisito *agricolo e italiano* dei prodotti posti in vendita dalle aziende accreditate all'Albo di Campagna Amica.

L'attività ispettiva è stata interamente affidata all'ente terzo del CSQA sia per quanto riguarda i controlli nei mercati che per quanto riguarda i controlli nelle aziende. L'attività è stata avviata nel mese di luglio ed è tutt'ora in corso. Il numero di controlli previsto è superiore a 600 ed è così suddiviso: 310 aziende da controllare in campo, 200 mercati e 120 agriturismi. Permane l'utilizzo del *Registro Unico dei Controlli*, che è, ormai, considerato uno strumento utile e indispensabile che in molte regioni ha migliorato la qualità e l'efficienza dei controlli a livello locale.





### *Consulenze specifiche*

La voce consulenze, per Euro 73.157,20, è relativa alle spese sostenute per le collaborazioni esterne su temi specifici a supporto della realizzazione dei progetti istituzionali dell'Ente.

Sono state necessarie consulenze scientifiche, su temi legati al clima, all'ambiente e al territorio.

Le consulenze sull'ambiente e sul territorio vertono in particolare sulla gestione dei progetti della Rete degli orti urbani di Campagna Amica, sulla gestione dei progetti relativi all'agricoltura multifunzionale con particolare riferimento al settore del sociale (per Euro 4.680), sull'analisi ed elaborazione delle fonti di informazione in materia ambientale, con particolare riferimento alle energie rinnovabili, inquinamento e materiali biodegradabili, OGM ed ecologia.

Nell'anno è stato promosso inoltre un evento a Roma in occasione del pre vertice Onu sull'alimentazione in collaborazione con la FAO per la sensibilizzazione contro lo spreco alimentare, per il quale sono stati elaborati i materiali divulgativi necessari (Euro 6.244). Nella stessa occasione è nata la *World Farmers Markets Coalition*. La Fondazione ha radunato diverse sigle di vari Paesi del mondo allo scopo di strutturare una coalizione che possa difendere e valorizzare l'operato degli agricoltori nell'attività della vendita diretta. Con l'occasione è stato presentato anche il primo rapporto mondiale sui *farmers markets* con uno studio su diversi esempi nel mondo.

E' stata inoltre portata avanti una campagna di sensibilizzazione per la tutela alimentare dei più bisognosi, con l'ideazione dei materiali a supporto dell'iniziativa "I più deboli nel nostro cuore" (Euro 3.122).

La voce più significativa è rappresentata dalle consulenze grafiche: ricerca e selezione dei contenuti da proporre sul Portale, collaborazione per la redazione di elaborati e materiali informativi sui temi ambientali e del consumo consapevole (opuscoli, guide, pieghevoli e volantini) e newsletter periodiche (Euro 57.208). I consulenti sono stati coinvolti anche nell'organizzazione di progetti specifici e in iniziative svolte nei mercati e nel corso delle manifestazioni. La collaborazione con tali risorse è fondamentale per trasmettere i valori della Fondazione - su web e stampati - con un impatto diretto, supportato da una chiara impaginazione, con uso di immagini e schemi di immediata percezione, anche a supporto del sito della Fondazione.

Infine sono incluse nella rendicontazione le prestazioni professionali svolte dal Responsabile Servizio di Prevenzione e Protezione ex D. Lgs. 81/2018, anche in ragione della situazione emergenziale legata alla Pandemia (Euro 1.903,20).

### *Ricerche di mercato*

Le ricerche di mercato, rendicontate per Euro 40.450,00, perseguono un duplice scopo:

- di **diffusione esterna** dei dati utili al consumatore: perseguendo il fine istituzionale di raccolta dei dati da mettere a disposizione della più ampia platea dei consumatori, diffusi attraverso web, media e pubblicazioni, la Fondazione ha demandato a un fornitore specializzato la produzione di analisi e indagini di interesse collettivo (Euro 27.450,00);

- di **raccolta interna** di informazioni utili al monitoraggio dei risultati raggiunti e per individuare nuove aree di intervento. Il fornitore raccoglie periodicamente i dati di interesse presso i mercati, attraverso interviste a consumatori e venditori o per mezzo di altri canali di indagine. L'obiettivo è la disposizione di una banca dati esaustiva, che permetta alla Fondazione di focalizzare interventi e iniziative laddove si identifichino carenze da colmare o potenzialità di azione, nell'ottica del perseguimento dei fini



istituzionali. Nel corso del 2021/2022 è stata realizzata una rilevazione e successiva analisi dell'andamento dei prezzi dei prodotti agroalimentari italiani sia nei mercati di Campagna Amica che in punti di vendita diversi, per confrontare i dati e verificare la congruità dei prezzi applicati (Euro 13.000,00).

### *Acquisto di tessere e targhe*

Le spese indicate (Euro 7.639,16) sono relative alla produzione del kit di targhe e tessere da consegnare agli accreditati al fine di esporli e rendere visibile ai consumatori finali l'appartenenza alla Rete di Campagna Amica, a garanzia della qualità della produzione.

### *Stampati*

Nella voce, rendicontata per Euro 21.252,40, sono inclusi i costi relativi alla produzione, stampa e diffusione di dépliant, volantini, brochure, opuscoli. Gli stampati prodotti servono a promuovere i messaggi istituzionali che la Fondazione vuole trasmettere al cittadino. Fra gli altri, si menzionano la brochure istituzionale e le ruote della stagionalità di frutta/verdura/pesce, distribuiti presso i mercati e nel corso delle manifestazioni, il ricettario della biodiversità, i volantini istituzionali, il rapporto "Agricoltura Sociale" e "Farmers markets", gli opuscoli "Cose buone per persone buone", i sigilli di biodiversità e il "Libricino per bambini curiosi per natura". Un'attenzione particolare è stata posta per curare il materiale educativo pensato per gli utenti più giovani, a partire dalla prima infanzia.

### *Materiali per promozione, manifestazioni e allestimento mercati*

La spesa rendicontata, pari a Euro 28.218,60, è relativa all'acquisto di materiale (totem, allestimenti stand, bandiere, shoppers e borracce riutilizzabili marchiate "Campagna Amica") che vengono utilizzati nel corso delle manifestazioni per promuovere la Fondazione e i valori che mira a diffondere presso il pubblico. Nel corso del periodo rendicontato le manifestazioni in presenza si sono riprese per la minore diffusione della Pandemia. Fra gli eventi più significativi, oltre al citato evento ONU/FAO è stata realizzata la II Festa dell'Educazione Alimentare, che a Roma ha ospitato migliaia di bambini provenienti da tutta Italia.

### *Comunicazione*

I costi sono relativi alla comunicazione e divulgazione dei messaggi di Campagna Amica attraverso i mezzi di comunicazione ritenuti più idonei per promuoverne i contenuti.

Le due risorse interne dedicate alla comunicazione, che curano le newsletter, il sito e la app e le produzioni editoriali, sono state supportate da professionisti esterni. Le spese sono rendicontate per un totale di Euro 32.930,40.

Sono stati realizzati servizi educativi e didattici per Euro 5.612,00. Ricordiamo la prosecuzione del progetto di **Educazione alla Campagna Amica nelle scuole**, finalizzato alla promozione del cibo locale e sano e alla valorizzazione di una **corretta alimentazione** che scoraggi, da parte dei consumatori più giovani, il consumo del cosiddetto *cibo spazzatura*.

Sono state acquistate pagine pubblicitarie per comunicazione e promozione con una casa editrice specializzata nel settore enogastronomico (Euro 6.100,00).



Nel periodo è stato realizzato uno spot per promuovere ai cittadini l'accesso ai mercati contadini (Euro 10.126,00), come alternativa ai canali di vendita tradizionali.

La comunicazione relativa all'evento in collaborazione con FAO e ONU per la sensibilizzazione contro lo spreco alimentare e la promozione della coalizione mondiale dei farmers markets ha comportato una spesa rendicontata per Euro 1.220,00.

Sono incluse spese per servizi fotografici per Euro 1.525,00.

Infine in questa voce sono incluse le spese relative al digital marketing e al social media management: la gestione dei profili social della Fondazione è considerata ormai uno strumento necessario per raggiungere un target di utenza giovane e potenzialmente sensibile ai valori della Fondazione. A tale scopo i social garantiscono la massima e capillare diffusione dei messaggi trasmessi (Euro 8.347,40).

#### **2.2.4 Spese per attività di interesse generale dell'ente**

Non sono presenti costi rendicontati per tale categoria di spesa.

#### **2.2.5 Accantonamento**

Non è stato accantonato alcun importo.

In totale sono state rendicontate spese per Euro 574.497,11, a fronte di un importo erogato in data 15/09/2021 pari a Euro 574.497,11.

Roma, 14 settembre 2022

**FONDAZIONE  
CAMPAGNA AMICA**

---

Firma del rappresentante legale (per esteso e leggibile)