



## Progetto di rete

### 1. Piani giovani (di zona o d'ambito) che compongono la rete

Piano Giovani di Zona Bassa Val di Non (BVN)  
 Piano Giovani di Zona dell'Alta Val di Non (AVN)  
 Piano Giovani di Zona della Predaia (PRE)  
 Piano Giovani di Zona della Terza Sponda Val di Non (3SP)

### 2. Titolo del Progetto

IDEA... LOADING!

### 3. Riferimenti del compilatore

Nome	Arianna
Cognome	Pedri
Recapito telefonico	3804366046
Recapito e-mail	arianna.pedri@gmail.com
Funzione	Coordinatrice Tavolo Politiche Giovanili Comunità Val di Non

### 4. Collaborazioni

4.1 il soggetto responsabile prevede di collaborare attivamente con altri enti per questo progetto, anche in modo informale?

SÌ  
 NO

### 4.2 Se sì, con quale tipologia di soggetti?

<input checked="" type="checkbox"/> Comune
Associazione (specificare tipologia)
Comitato/gruppo organizzato locale
Gruppo informale
Cooperativa
Oratorio/Parrocchia
Comunità/Consorzio di Comuni
Istituto scolastico
Pro Loco
<input checked="" type="checkbox"/> Altro (specificare) Natourism, ApT Val di Non, Cova Cucine, Lucia Maria Melchiori



## 5. Durata del progetto

### 5.1 Qual è la durata del progetto?

Data di avvio: 26/10/2017 Data di termine: 31/12/2017

### 5.2 Quanto tempo è stato richiesto per la progettazione e quanto si prevede sarà necessario per attuare le fasi successive? Riportate di seguito:

Progettazione	Data di inizio 01/04/2017	Data di fine 31/05/2017
Organizzazione delle attività	Data di inizio 01/06/2017	Data di fine 20/10/2017
Realizzazione	Data di inizio 26/10/2017	Data di fine 31/12/2017
Valutazione	Data di inizio 01/01/2018	Data di fine 31/01/2018

## 6. Luogo di svolgimento

### 6.1 Dove si svolge il progetto?

Val di Non

## 7. Ambiti di attività

### 7.1 In quale dei seguenti ambiti di attività ricade il progetto?

la formazione e la sensibilizzazione verso amministratori, genitori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri, al fine di accrescere i livelli di responsabilizzazione delle categorie di cui sopra verso i giovani cittadini, in qualità di figli ed utenti di servizi culturali, ricreativi o di altre attività

la sensibilizzazione alla partecipazione/appartenenza al proprio territorio ed all'assunzione di responsabilità sociale da parte dei giovani, anche prevedendo momenti formativi residenziali strutturati sul modello dei campus

**X attività di informazione, di indirizzo e di orientamento finalizzata a facilitare l'accesso alle opportunità offerte ai giovani ed a fornire prime risposte a richieste che i giovani o le loro famiglie manifestano anche in maniera individuale nei vari ambiti esistenziali: scuola, lavoro, socialità**

l'apertura ed il confronto con realtà giovanili nazionali ed europee attraverso scambi o iniziative, basati su progettualità reciproche

**X laboratori che vedano protagonisti i giovani nel campo dell'arte, della creatività, della manualità e della riflessione sulle grandi questioni del nostro tempo**

progetti che vedano il mondo giovanile protagonista nelle fasi di ideazione, gestione e realizzazione

percorsi formativi finalizzati all'apprendimento di competenze di cittadinanza attiva, con particolare attenzione all'ambito delle tecnologie digitali

**X dispositivi e interventi atti a promuovere il processo di transizione all'età adulta e l'autonomia dei giovani dal lavoro alla casa, dall'affettività alla consapevolezza della propria identità sociale**



<b>8. Area tematica</b> <b>8.1 In quale area tematica o macro settore di intervento si inserisce il progetto?</b>
Cittadinanza Attiva e Volontariato
Arte, Cultura e Creatività
Musica e Danza
Teatro, Cinema e Fotografia
<b>X Tecnologia e Innovazione</b>
Educazione e Comunità
Sport, Salute e Benessere
Economia, Ambiente e Sostenibilità
Conoscere e Confrontarsi con il Mondo
Altro (specificare)

<b>9. Obiettivi generali:</b> <b>9.1 Quali sono gli obiettivi generali che il progetto si propone di raggiungere?</b> <i>Obiettivi legati ai giovani</i>
Promuovere l'ascolto come strumento di analisi dei bisogni
<b>X Promuovere la conoscenza e/o la valorizzazione dell'identità locale e del territorio</b>
Favorire e sostenere il protagonismo e la partecipazione attiva
Sostenere la trasmissione di competenze di ideazione, progettazione e organizzazione di attività
Sostenere la formazione e/o l'educazione
Promuovere l'interculturalità e la multiculturalità
<b>X Sostenere l'orientamento scolastico o professionale</b>
<b>X Sostenere la transizione all'età adulta</b>
Altro (specificare)

<i>Obiettivi legati agli adulti e alla comunità in generale</i>
Favorire il dialogo inter-generazionale
Favorire la responsabilizzazione e la sensibilizzazione degli adulti verso i problemi e le necessità dei giovani
Supportare la genitorialità
Promuovere sinergie tra gli attori istituzionali del territorio (comune, scuole, etc.)
Promuovere sinergie tra gli attori non istituzionali del territorio (famiglie, associazioni, gruppi, etc.)
Altro (specificare)



## 10. Obiettivi specifici

### 11.1 Quali sono gli obiettivi specifici (rispetto a quelli generali definiti nel punto 11) che il progetto si propone di raggiungere?

- 1 Sviluppare nei giovani partecipanti competenze spendibili nel mondo del lavoro
- 2 Riflettere sul ruolo delle nuove tecnologie digitali per la comunicazione e promozione di se stessi, di contenuti e prodotti
- 3 Favorire l'orientamento e l'inserimento professionale dei partecipanti, nonché incentivare l'auto-imprenditorialità
- 4 Promuovere la valorizzazione dell'identità locale e del territorio, promuovendo sinergie tra i giovani e le realtà economiche locali
- 5 Apprendere sul campo, attraverso dei lavori di gruppo per lo sviluppo della comunicazione digitale di alcune realtà imprenditoriali della Val di Non

## 11. Tipo di attività

### 11.1 Quali sono le attività principali che si prevede di realizzare con il progetto?

Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline - TEORIA

Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline - PRATICA

Dibattiti/incontri di discussione e confronto (su attualità, cultura...)

Eventi (convegni, concerti, ecc)

Visite a istituzioni / confonti - gemellaggi - scambi / campus

Animazione

Redazione giornalistica/Rivista

Diffusione / promozione informazioni sui giovani

Altro (specificare)



## 12. Descrizione del progetto

### 12.1 Descrivere brevemente il contesto e i bisogni affrontati

Il progetto 'IDEA... LOADING!' nasce sulla scia del successo del progetto di rete anno 2016, che ha ottenuto la partecipazione di più di 20 ragazzi al mini-corso sulla comunicazione e il coinvolgimento e interessamento di diverse aziende del territorio alla professionalità dei giovani stessi. Per questo motivo, il Tavolo di Rete per le Politiche Giovanili della Comunità della Val di Non, nato nel 2011 e composto dai referenti Tecnici ed Istituzionali dei cinque PGZ e dell'Assessorato alle Politiche Giovanili della Comunità stessa, confrontatosi con l'Azienda per il Turismo Val di Non, e valutate le impressioni suscitate dal percorso 2016 nei ragazzi e nelle aziende da loro coinvolte, ha preso la decisione di perseguire anche per il corrente anno lo scopo di formare e professionalizzare i giovani nell'ambito della comunicazione digitale e del social media marketing.

Con la partnership di 4 dei 5 Piani Giovani di Zona della Val di Non, si è quindi deciso di proporre anche quest'anno un progetto dedicato ai settori dell'innovazione digitale e del turismo, che rappresentano i settori in crescita negli ultimi anni in Val di Non. Coinvolgendo quindi i ragazzi che sono stati protagonisti nel percorso 2016, e le aziende che più hanno manifestato interesse nei loro confronti, e dall'altra altri giovani altrettanto creativi e dinamici, usciti da poco dal percorso scolastico superiore e alla ricerca di un primo impiego, il progetto fornirà in maniera strutturata e molto approfondita, quasi come un percorso di alta formazione, strumenti qualificati per specializzarsi e diventare competitivi sul mercato in tema di comunicazione digitale e social, settore dinamico ed in continua evoluzione.

Accanto a questo obiettivo, i ragazzi avranno la possibilità di cimentarsi per la prima volta in progetti concreti a servizio delle aziende coinvolte, e di confrontarsi con una realtà estera all'avanguardia per quanto riguarda il turismo e le nuove tecnologie.

Punto di forza del progetto sta nella co-costruzione e co-progettazione dello stesso con i partecipanti al progetto di rete dell'anno 2016, che hanno espressamente manifestato l'interesse ad approfondire le tematiche già trattate in maniera superficiale in quell'occasione.



## 12.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.

Il progetto 'IDEA...LOADING!' si divide nelle seguenti fasi:

1. Presentazione del progetto in una serata pubblica e promozione del bando di adesione, aperto in via prioritaria ai partecipanti al mini-corso #CREATIVIINRETE realizzato nel 2016, e a tutti i giovani residenti in Val di Non che si dimostrino particolarmente interessati al campo della comunicazione, valutando tale motivazione attraverso un pitch per presentare se stessi;
2. Organizzazione di un percorso formativo intensivo, che sarà realizzato nei weekend di ottobre, novembre e dicembre, con esperti di comunicazione e autoimprenditorialità di circa 50 ore formative dedicate a: sharing economy, nuovi trend del turismo, problem setting e problem solving, value proposition e aree strategiche di sviluppo, matrice SWOT per definire le linee strategiche di intervento, analisi dei competitor, bisogni del cliente e sua centralità nella comunicazione, brand identity e web reputation, soluzioni innovative per un turismo sostenibile e competitivo, principi di Neuromarketing e dinamiche comportamentali, il valore della comunicazione nell'epoca della condivisione, nuove forme di comunicazione (social, blog e non solo), storytelling, video storytelling, auto-imprenditorialità, pianificazione e controllo dei tempi e dei costi di progetto;
3. Realizzazione di un percorso laboratoriale di circa 70 ore in aula (terza fase), pensato per concretizzare il concetto dell'imparare-facendo, e quindi per offrire la possibilità ai partecipanti di dare applicazione ai concetti e alle competenze acquisiti in sede teorica. In questa fase si suddivideranno i ragazzi, sulla base di inclinazioni e capacità pregresse, in 3 gruppi di 3-4 persone per lavorare su altrettanti progetti. Gli organizzatori hanno trovato la disponibilità e selezionato le seguenti 3 aziende, che offrono la possibilità di lavorare su progetti stimolanti e legati strettamente al marketing di territorio:
  - il primo progetto, elaborato in collaborazione con LUCIA MARIA MELCHIORI (azienda che produce in Val di Non succhi di mela, birra artigianale e altri prodotti del territorio), verterà attorno alla promozione di un nuovo prodotto commerciale che l'azienda si sta preparando a lanciare: una birra artigianale nonesa al 100% (prodotta sul territorio e con sole materie prime del territorio). Partendo da un'analisi più generale dell'azienda in termini di promozione e di marketing, i ragazzi svilupperanno poi un vero e proprio piano marketing per il futuro lancio della birra, previsto entro l'anno.
  - il secondo progetto, proposto dall'APT VAL DI NON e sposato dagli organizzatori, consisterà in un lavoro con un'accezione più "turistica": i ragazzi lavoreranno sul tema "Val di Non e castelli", per elaborare una proposta per mettere in rete e valorizzare castelli e strutture nobiliari di proprietà privata presenti sul territorio. I partecipanti dovranno innanzitutto contattare i proprietari delle strutture e elaborare un report sullo stato attuale, per poi realizzare, a fine anno, un convegno di presentazione dei risultati ottenuti e di esposizione delle eventuali possibili strategie turistiche per il futuro.
  - il terzo progetto riguarda invece la valorizzazione di una fattoria didattica-agriturismo di proprietà dell'azienda COVA CUCINE (azienda del settore immobiliare, con sede in Val di Non, ma rinomata in tutta Italia e non solo). L'azienda possiede circa 80 ettari di terreno in provincia di Monza Brianza, che intende valorizzare e declinare in un'ottica turistico-didattica, indirizzata soprattutto alle scuole, con un forte legame con il territorio trentino (vendita di prodotti tipici trentini, produzioni agricole seguite dalla Fondazione E.Mach). Lo scopo del lavoro dei ragazzi sarà lo sviluppo di un prodotto "didattico", nonché l'elaborazione di alcune proposte su come impostare i profili social e il sito web della struttura. In questa terza fase i ragazzi prenderanno parte alle ore laboratoriali, e si impegneranno a portare avanti il proprio progetto anche al di fuori dall'aula, costantemente affiancati da 3 tutor sempre a loro disposizione.
4. Approfondimento delle tematiche trattate in aula con una visita alla città di Londra all'inizio del mese di novembre 2017, quando in città si terrà la più importante fiera del turismo a livello europeo (la World Travel Market), esperienza che permetterà ai ragazzi di conoscere alcuni modelli comunicativi innovativi e di farsi 'contaminare' da nuove idee imprenditoriali. Si prevede di arrivare in Inghilterra in aereo, partendo la mattina presto il 5/11 dall'aeroporto di Bergamo. Il tragitto da e per l'aeroporto in Italia sarà gestito autonomamente dai partecipanti, tutti maggiorenni (visto il target) e quindi in grado di spostarsi in autonomia, magari in collaborazione tra loro. La visita alla fiera impiegherà una delle giornate del viaggio, mentre è poi prevista la visita ad alcune nuove e giovani imprese locali. Si prevede una spesa di circa 250-280 euro a testa, comprendente viaggio aereo, hotel e utilizzo dei mezzi pubblici a Londra.
5. Al termine del percorso, la restituzione finale verrà realizzata tramite diverse modalità:
  - a. ciascuna delle imprese che hanno partecipato, riceverà una restituzione del lavoro svolto, alla quale parteciperanno tutti i corsisti;
  - b. i ragazzi si impegneranno per la realizzazione di un convegno di restituzione dei risultati ottenuti dalla propria ricerca-azione, dedicato a esperti e impiegati del settore turistico;

## 12.3 Descrivere brevemente i risultati attesi



Segue da 12.2 [...]

c. gli stessi ragazzi organizzeranno invece per la propria comunità, indicativamente per fine dicembre, una presentazione generale del percorso. Il progetto, dalla raccolta delle adesioni e durante tutte le attività, sarà promosso sia attraverso canali digitali (social dei PGZ, sito web [www.nonline.it](http://www.nonline.it) creato attraverso un progetto di rete, sito web della Comunità Val di Non) che convenzionali, come giornali (conferenza stampa e comunicati) e radio locali, per un importo previsto pari ad € 500,00.

L'intero percorso sarà seguito dai professionisti di Natourism, nato nel 2014 come incubatore di imprese del Turismo e dell'Ambiente, per sostenere la nascita e lo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali in campo turistico e la crescita sostenibile delle destinazioni turistiche. Parallelamente al lavoro di consulenza, Natourism si occupa di ricerca, sviluppo e formazione sui temi del turismo in aree protette, turismo responsabile, ospitalità diffusa. Il gruppo di lavoro di Natourism si confronta periodicamente con un Comitato Scientifico che fa da garante rispetto al processo e alla scientificità dei risultati. Grazie a un gruppo di lavoro eterogeneo, Natourism è in grado di offrire una consulenza mirata in termini di sostenibilità ambientale, economica e di marketing e comunicazione.

Natourism percepirà € 24.200, per:

- gestione e coordinamento progetto (calendarizzazione, contatti con i formatori, presenza costante in aula, supporto logistico, predisposizione materiale formativo): € 6.500;
- organizzazione viaggio (accompagnamento in città e in fiera, organizzazione incontri con imprenditori locali/visite ad alcune startup londinesi): € 3.500;
- corrispettivo per i docenti professionisti (50 ore formative + 70 ore di laboratorio): € 7.200.
- attività di tutoraggio (presenza costante di 3 tutor esperti\* per affiancare i ragazzi anche fuori dall'aula, con aiuti e consigli per il perseguimento degli obiettivi, e per interfacciarsi con le aziende; si ipotizza un impegno per ciascun tutor di circa 6 ore/settimana per circa 11 settimane): € 7.000.

I principali professionisti coinvolti saranno:

\*Paolo Grigolli, direttore della Scuola di Management del Turismo di TSM. Progetta e coordina attività di formazione e di ricerca-intervento in Italia e all'estero.

Diego Calzà, direttore del Laboratorio Ingegneria Informatica ed Analisi Organizzativa di UNITN. In Italia e all'estero tiene corsi di progettazione partecipata e comunicazione online.

\*Anna Pasquali, formatrice e consulente in campo turistico. Laureata in Cooperazione Internazionale, si è specializzata in progettazione e valorizzazione del turismo montano.

\*Maura Gasperi, laureata in Economia Politica. Si occupa di formazione alle imprese e di progetti di sviluppo locale. Ha contribuito a fondare Natourism di cui è amministratrice.

Andrea Gelsomino, consulente e ricercatore di turismo specializzato in gestione delle destinazioni con un focus sul turismo all'aperto e in montagna.

Irene Manzone, specializzata in sviluppo sostenibile, gestione e marketing delle destinazioni turistiche. Web Content Specialist per Trentino Sviluppo, è responsabile commerciale di Garda Trentino Now.

Lucia Leonardi, docente presso la Facoltà di Economia di UNITN (marketing e comportamento organizzativo). Si occupa di marketing con focus su economia comportamentale e neuroscienze cognitive.

Rimborso spese per le trasferte dei tutor per le visite nelle 3 aziende: € 700,00.

Per il viaggio (trasporto e alloggio) ci si rivolgerà ad un'agenzia viaggi, per l'importo di € 3.750,00 (calcolato su un costo indicativo di € 250,00/persona per una stima di 15 partecipanti).

Visto l'impegno consistente richiesto per la partecipazione, soprattutto in termini di ore di lezione/laboratorio, e la forte impronta professionalizzante e formativa del percorso, ci si aspetta il coinvolgimento di circa 10-15 ragazzi in totale. Questo rappresenta anche il numero ideale di partecipanti, per garantire un'efficace attività di tutoraggio e affiancamento da parte dei professionisti. I ragazzi all'iscrizione firmeranno un atto di impegno (a partecipare a tutti gli incontri e al viaggio), e verseranno una quota pro-capite di € 200,00, comprensivi di tutto il percorso, inteso come corso e viaggio insieme.



12.3  
I risultati attesi sono legati all'acquisizione di competenze da parte dei giovani. Ci si attende che l'esperienza formativa, strutturata secondo una logica dell'"imparare facendo", dia ai giovani i giusti elementi per poter sviluppare un pensiero critico riguardo le opportunità lavorative del settore e fornisca agli stessi una formazione approfondita e degli strumenti importanti.  
Il contatto con le aziende favorirà inoltre la nascita di relazioni dirette fra i giovani e dei potenziali "datori di lavoro", ponendo così le basi per future collaborazioni che altrimenti faticerebbero a concretizzarsi.  
I giovani coinvolti apprenderanno sul campo nuove competenze e la capacità di essere "imprenditori di se stessi", testando le proprie capacità in relazione ai problemi e alle sfide a loro poste.  
Il progetto prevede l'attivazione dei tre gruppi di giovani ad organizzare dei momenti di restituzione, su livelli diversi: alle aziende con le quali hanno collaborato, agli esperti e operatori del settore, alla cittadinanza.  
A seguito delle attività previste nell'ambito del gruppo che collaborerà con Apt Val di Non, ci si pone come risultato la realizzazione di un report sul turismo in valle.

#### 12.4 Abstract

Il progetto vuole offrire ai giovani più creativi e dinamici, usciti da poco dal percorso scolastico superiore/universitario e alla ricerca di un primo impiego, strumenti qualificati per specializzarsi e diventare competitivi sul mercato in tema di comunicazione digitale e social, settore dinamico ed in continua evoluzione, grazie anche al contatto diretto con realtà ed imprese di eccellenza della valle.

### 13. Target

#### 13.1 Chi e quanti sono gli "organizzatori" del progetto?

**Con "organizzatori" si intendono tutti coloro che verranno coinvolti nelle fasi di organizzazione: sono quindi coloro che partecipano a ideazione, progettazione e realizzazione del progetto e che quindi acquisiranno competenze organizzative e svolgono un ruolo da protagonisti.**

Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media) (solo per i piani giovani di zona)

Adolescenti 15-19 anni

**Giovani 20-24 anni**

**Giovani 25-29 anni**

Giovani 30-34 anni (solo per i piani giovani di ambito)

Giovani 34-39 anni (solo per i piani giovani di ambito)

Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni (solo per i piani giovani di zona)

**Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)**

Altro (specificare)

**Numero organizzatori 30**





<b>13.2 Chi e quanti sono i "partecipanti attivi" del progetto?</b> <b>Con "partecipanti attivi" si intendono tutti quelli che acquisiranno competenze prendendo parte al progetto</b>
Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media) (solo per i piani giovani di zona)
<b>X Adolescenti 15-19 anni</b>
<b>X Giovani 20-24 anni</b>
<b>X Giovani 25-29 anni</b>
Giovani 30-34 anni (solo per i piani giovani di ambito)
Giovani 34-39 anni (solo per i piani giovani di ambito)
Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni (solo per i piani giovani di zona)
<b>X Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)</b>
Altro (specificare)
<b>Numero partecipanti 15</b>

<b>13.3 Chi e quanti sono i "fruitori" (pubblico / spettatori) del progetto?</b> <b>Con "fruitori" si intendono tutti coloro che assisteranno ad un evento, una serata, una manifestazione, aperti al pubblico</b>
<b>X Tutta la cittadinanza</b>
Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)
Adolescenti 15-19 anni
Giovani 20-24 anni
Giovani 25-29 anni
Giovani 30-34 anni
Giovani 34-39 anni
Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni
<b>X Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)</b>
Altro (specificare)
<b>Totale fruitori 250</b>



#### 14. Promozione e comunicazione del progetto

##### 14.1 Indicare le modalità tramite cui si prevede di diffondere le informazioni e le comunicazioni inerenti al progetto

Nessuna comunicazione prevista

**Articoli su quotidiani, riviste, bollettini**

**Bacheche pubbliche**

**Cartelloni/manifesti/locandine/volantini**

**Eventi pubblici (conferenza stampa, serate ecc..)**

Lettere cartacee

**Passaparola**

**Strumenti informatici (E-mail, newsletter, Social Network, Blog..)**

**Telefonate / SMS**

Altro (specificare)

#### 15. Valutazione

##### 15.1 Sono previsti strumenti di valutazione?

**SI**

**NO**

##### 15.2 Se sì, quali?

1 Al termine del progetto, confronto tra il Tavolo e Natourism

2 Questionario rivolto ai partecipanti per valutare grado di soddisfazione e aspettative future

3 Questionario rivolto alle aziende coinvolte, per dare un giudizio sul lavoro laboratoriale dei ragazzi

4 Conferenza finale dedicata alla presentazione dei risultati del progetto, e dei singoli lavori dei gruppi

5



<b>16. Piano finanziario del progetto</b>	
<b>16.1 Spese previste</b>	
Voce di spesa	importo
1. Affitto sale, spazi, locali	€
2. Noleggio materiali e attrezzature (specificare)	€
3. Acquisto materiali specifici usurabili (specificare)	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 6500	€ 6500,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 3500	€ 3500,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 7200	€ 7200,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 7000	€ 7000,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
5. Pubblicità/promozione	€ 500,00
6. Viaggi e spostamenti	€ 2250,00
7. Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti	€ 1500,00
8. Tasse / SIAE	€
9. Rimborsi spese (specificare) chilometriche	€ 700,00
10. Assicurazione	€
11. Altro 1 (specificare)	€
12. Altro 2 (specificare)	€
13. Altro 3 (specificare)	€
14. Altro 4 (specificare)	€
15. Valorizzazione attività di volontariato	€

**Totale A: €29150,00**



<b>16.2 Incassi da iscrizione e vendita ed entrate esterne al territorio previsti</b>	
Voce di entrata	importo
1. Finanziamenti di enti pubblici esterni al territorio di riferimento dei Piani Giovani aderenti alla rete (specificare quali)	€
2. Finanziamenti di enti e soggetti privati esterni al territorio di riferimento dei Piani Giovani aderenti alla rete (specificare quali)	€
3. Incassi da iscrizione	€ 3000,00
4. Incassi da vendita	€ 0,00

**Totale B: € 3000,00****DISAVANZO (Totale A – Totale B) € 26150,00**

<b>16.3 Entrate previste provenienti dal contesto dei Piani Giovani aderenti alla rete (almeno il 20% del disavanzo)</b>	
Voce di entrata	importo
1. Finanziamenti di enti pubblici del territorio di riferimento dei Piani Giovani aderenti alla rete (specificare quali) Comunità della Val di Non	€ 5230,00
2. Finanziamenti di enti e soggetti privati del territorio di riferimento dei Piani Giovani aderenti alla rete (specificare quali)	€
3. Altro 1 (specificare)	€
4. Altro 2 (specificare)	€
5. Altro 3 (specificare)	€

**Totale: € 5230,00**

<b>Finanziamento PAT richiesto (A-B) - C</b>	<b>€ 20920,00</b>
--	-------------------

Luogo e data

\_\_\_\_\_

IL LEGALE  
RAPPRESENTANTE

(timbro e firma)

\_\_\_\_\_