



Scheda di presentazione progetto del Piano Operativo Giovani (POG)

1. Codice Progetto

BVN_2_2015

2. Titolo del progetto

7x7 Giovani in Rete

3. Riferimenti del compilatore

| | |
|---------------------|-----------------------------|
| Nome | Andrea |
| Cognome | De Paoli |
| Recapito telefonico | 3201757003 |
| Recapito e-mail | pgz.bassavaldinon@gmail.com |
| Funzione | Referente Tecnico |

4. Soggetto proponente

4.1 A quale tipologia di ente appartiene il soggetto proponente il progetto?

| |
|--|
| Comune |
| Associazione (specificare tipologia) |
| Comitato/gruppo organizzato locale |
| Gruppo informale |
| Cooperativa |
| Oratorio/Parrocchia |
| Comunità di Valle/Consorzio di Comuni |
| Istituto scolastico |
| Pro Loco |
| <input checked="" type="checkbox"/> Altro (specificare) Tavolo |



5. Soggetto responsabile

5.1 A quale tipologia di ente appartiene il soggetto responsabile del progetto?

Comune

Associazione (specificare tipologia)

Comitato/gruppo organizzato locale

Cooperativa

Oratorio/Parrocchia

Comunità di Valle/Consorzio di Comuni

Istituto scolastico

Pro Loco

Altro (specificare)

5.2 Specificare la denominazione o la ragione sociale del soggetto responsabile

Comune di Denno

5.3 Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile

Denno

6. Collaborazioni

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

SI

NO



6.2 Se sì, con quale tipologia di soggetti?

Comune

Associazione (specificare tipologia)

Comitato/gruppo organizzato locale

Gruppo informale

Cooperativa

Oratorio/Parrocchia

Comunità di Valle/Consorzio di Comuni

Istituto scolastico

Pro Loco

Altro (specificare)

7. Durata del progetto

7.1 Qual è la durata del progetto?

Annuale

Pluriennale

7.2 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 01/03/2014 | Data di fine 01/04/2014 |
| Organizzazione delle attività | Data di inizio 02/04/2014 | Data di fine 01/05/2014 |
| Realizzazione | Data di inizio 02/05/2014 | Data di fine 30/11/2015 |
| Valutazione | Data di inizio 01/12/2015 | Data di fine 31/12/2015 |

8. Luogo di svolgimento

8.1 Dove si svolge il progetto?

Campodenno, Cunevo, Denno, Flavon, Sporminore, Terres e Ton



9 Ambiti di attività

9.1 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

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

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

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

10. Area tematica

10.1 In quale area tematica o macro settore di intervento si inserisce il progetto?

Cittadinanza attiva e volontariato

Arte, cultura e creatività

Musica e danza

Teatro, cinema e fotografia

Tecnologia e innovazione

Educazione e comunità

Sport, salute e benessere

Economia, ambiente e sostenibilità

Conoscere e confrontarsi con il mondo

X Altro (specificare) Promozione delle attività del Piano



11. Obiettivi generali:
11.1 Quali sono gli obiettivi generali che il progetto si propone di raggiungere?
Obiettivi legati ai giovani

| |
|--|
| Promuovere l'ascolto come strumento di analisi dei bisogni |
| Promuovere la conoscenza e/o la valorizzazione dell'identità locale e del territorio |
| X 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 |
| Sostenere l'orientamento scolastico o professionale |
| Sostenere la transizione all'età adulta |
| Altro (specificare) |

Obiettivi legati agli adulti e alla comunità in generale

| |
|--|
| 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) |

12. Obiettivi specifici
12.1 Quali sono gli obiettivi specifici (rispetto a quelli generali definiti nel punto 11) che il progetto si propone di raggiungere?

| |
|---|
| 1 Promuovere le attività del PGZ. |
| 2 Promuovere spazi di protagonismo per i giovani, attraverso il coinvolgimento di alcuni ragazzi rispetto alle iniziative di promozione con strumenti multimediali. |
| 3 |
| 4 |
| 5 |

**13. Tipo di attività****13.1 Quali sono le attività principali che si prevede di realizzare con il progetto?**

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

X 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 / confronti - gemellaggi - scambi / campus

Animazione

Redazione giornalistica/Rivista

X Diffusione / promozione informazioni sui giovani

Altro (specificare)

14. Descrizione del progetto**14.1 Descrivere brevemente il contesto e i bisogni affrontati**

Secondo la ricerca sui Giovani nonesi, sviluppata con il progetto di rete NOnLine del 2013, all'interno di tutte le realtà valligiane sembra emergere una diffusa difficoltà di coinvolgimento dei giovani all'interno delle diverse iniziative sviluppate dalle politiche giovanili. I Piani si trovano quindi a rispondere a questa problematica aumentando i propri sforzi per la creazione di strumenti di comunicazione adeguati all'eterogeneo e complesso contesto del Piano Giovani. Dalla ricerca inoltre emerge la richiesta da parte delle giovani generazioni di sviluppare tanto gli strumenti classici (locandine, flyer, ecc.) quanto i nuovi strumenti di comunicazione multimediale.

A partire da questa consapevolezza il Piano si vede impegnato nel perfezionamento degli strumenti a disposizione per la promozione delle proprie iniziative con un approccio complesso che sia in grado di utilizzare il maggior numero di canali comunicativi. A partire da tali considerazioni emerge quindi la proposta di sviluppare un set di strategie volte al coinvolgimento dei diversi target. L'idea di base è che il network relazionale dei giovani oltre ad essere l'oggetto della promozione divenga contemporaneamente soggetto attivo, attraverso l'utilizzo quindi di un codice comunicativo più efficace essendo a più simile rispetto a quello che viene utilizzato dagli adulti.



14.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.

7x7 Giovani in Rete si concentrerà innanzitutto sulla promozione delle iniziative attraverso i classici mezzi quali la Brochure, pieghevoli e volantini che rappresentano uno strumento utile nei diversi momenti formali (incontri, riunioni, serate, ecc.) per la promozione delle diverse tipologie di iniziative del Piano, tali strumenti sono pensati per essere letti in casa e più volte nel tempo, in modo da rendere maggiormente fruibile l'insieme delle attività proposte.

Seguendo il successo della proposta legata alla cartellonistica fissa sviluppata nel 2013, il Tavolo vuole continuare nel percorso di promozione visiva del Piano. La proposta iniziale era quella di sviluppare una promozione delle diverse attività attraverso una cartellonistica promozionale (locandine) mobile, con story line da proporre trimestralmente (sei locandine) e da inserire presso tutte le fermate dei trasporti pubblici (zona di passaggio obbligatoria di tutti i giovani) oltre che presso le diverse strutture pubbliche e private che vedono la presenza di giovani. Per questioni pratiche e di efficacia della promozione il tavolo ha però deciso di optare per sviluppare un approccio grafico attraverso metodi più classici, senza l'appoggio quindi del grafico (per l'anno 2014), quali pieghevoli e flyer, oltre che alcuni striscioni utili a promuovere il Piano durante gli eventi o in punti di particolare pregio per la presenza assidua di giovani. Il tavolo quindi propone di sostituire questa forma di promozione con pieghevoli, flyer diretti a promuovere i progetti in modo diretto, sfruttando quindi l'elemento comunicativo classico integrandolo con la dimensione multimediale. Tale promozione verrà comunque svolta nei punti di maggior frequenza dei giovani come bus, aree sportive, ecc.

Visto l'elevato apprezzamento dei segnalibri e dei gadget, come strumento di comunicazione del Piano e dei suoi strumenti multimediali, verranno riproposti, e ovviamente aggiornati, soprattutto per quanto riguarda il 2015, in seguito all'esaurimento di quelli in circolazione, assieme saranno riproposti inoltre dei piccoli gadget del Piano (es. penne, ecc.) che sempre hanno molto successo e dando visione alle attività del Piano.

Il progetto inoltre vedrà la continuità di un altro percorso, nato durante il progetto 2013, il quale aveva visto il coinvolgimento attivo di alcuni giovani nella creazione di video spot delle iniziative del Piano, da promuovere sugli strumenti informatici a disposizione del Piano. L'idea di base è che la creazione di "elaborati comunicativi" sviluppati dagli stessi giovani, all'interno di un approccio p2p, risultino più efficaci per la comunicazione delle attività del Piano. Attraverso il meccanismo della peer communication si vogliono sfruttare quindi gli strumenti comunitativi multimediali necessari per raggiungere in vario modo i ragazzi. Il coinvolgimento attivo di alcuni giovani permette inoltre la loro valorizzazione attraverso l'apertura di spazi di espressione all'interno di un contesto strutturato e ma positivo come quello del Piano. In tal senso, come per il progetto di promozione 2013 è previsto un piccolo compenso, sotto forma di buona spesa in beni multimediali, per i giovani che prenderanno parte attiva al progetto. Per quanto riguarda il 2014 questa quota non è stata elargita, mentre i ragazzi sono stati coinvolti nel breve percorso pratico alla creazione di video che prenderà via nel 2015, Per il corso di video maker ci si appoggerà al network dei piani con il supporto dello staff del Tg del PGZ Alta Val di Sole (tariffa forfetaria per il percorso di 500€ cioè con un aumento di 100€ rispetto a quello previsto nel POG2014). In tale percorso, pratico e dinamico, che durerà alcune giornate i ragazzi potranno apprendere dagli esperti le principali tecniche di video e di ripresa essenziali per proporre un video di un livello minimo necessario per essere fruito in modo adeguato dal pubblico.

Il percorso biennale ha permetterà inoltre creare una brochure delle attività proposte nel POG2015, permettendo sin da subito di sfruttare mezzi di promozione in alcuni casi limitati ai tempi di approvazione e messa in atto. Questo permetterebbe di annunciare con un discreto anticipo le iniziative programmate su tutto l'anno migliorando notevolmente l'efficienza degli strumenti di promozione. Il progetto verrà sviluppato su due annualità permettendo lo sviluppo di tutte le iniziative anche in modo continuato sui due anni, questo permetterà di sviluppare la promozione del Piano anche in quei periodi solitamente esclusi dal POG.

All'interno del pog 2015 viene inoltre inserita la voce grafico pari a 1000€ forfetarie necessaria per elaborare il materiale promozionale che verrà proposto, si consideri in tal senso come la stessa voce per il 2014, pari a 1500€, non sia stata utilizzata in quanto il materiale promozionale è stato elaborato in modo gratuito da un giovane del posto.

14.3 Descrivere brevemente i risultati attesi

Nonostante lo scopo formale del progetto sia quello della promozione dell'insieme delle iniziative che si diramano dal PGZ e dalle politiche giovanili in generale, questa proposta rappresenta la volontà del Tavolo di implementare sempre più gli strumenti comunicativi che ha a disposizione, ponendo però particolare attenzione al coinvolgimento attivo dei giovani in un percorso che li veda protagonisti e che permetta l'attivazione di meccanismi comunicativi fra pari. Tale idea permette da un lato di raggiungere più in profondità all'interno del network relazionale dei giovani mentre dall'altro favorisce il protagonismo di alcuni giovani dando la possibilità di valorizzare le loro capacità e competenze.

Il maggior coinvolgimento dei giovani si vuole raggiungere però anche attraverso il dispiegamento di una serie di iniziative alcune sperimentate negli anni passati alcune più innovative nel tentativo di raggiungere un maggior livello di efficacia.

**14.4 Abstract**

Il 7x7 Giovani in Rete, progetto di promozione del PGZ della Bassa Val di Non, è un percorso che cerca di sviluppare e dare continuità agli strumenti comunicativi messi in atto con l'omonimo progetto di promozione del PGZ- 2013 (come anche quello di rete). Lo scopo è quello di creare degli strumenti di comunicazione delle iniziative che siano in grado di raggiungere il maggior numero di giovani, attraverso un percorso che vede gli stessi giovani protagonisti della promozione delle attività.

15. Target**15.1 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)

Adolescenti 15-19 anni

Giovani 20-24 anni

Giovani 25-29 anni

Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni

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

X Altro (specificare) Tavolo**Numero organizzatori 10****15.2 Chi e quanti sono i "partecipanti attivi" del progetto?**

Con "partecipanti attivi" si intendono tutti quelli che acquisiranno competenze prendendo parte al progetto

Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)

X Adolescenti 15-19 anni**X Giovani 20-24 anni**

Giovani 25-29 anni

Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni

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

Altro (specificare)

Numero partecipanti attivi 5



15.3 Chi e quanti sono i "fruitori" (pubblico / spettatori) del progetto?

Con "fruitori" si intendono tutti coloro che assisteranno ad un evento, una serata, una manifestazione, aperti al pubblico

Tutta la cittadinanza

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

Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni

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

Altro (specificare)

Numero fruitori 2000

16. Promozione e comunicazione del progetto

16.1 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)

17. Valutazione

17.1 Sono previsti strumenti di valutazione?

SI

NO



| 17.2 Se sì, quali? |
|--|
| 1 Valutazione del Tavolo attraverso discussione qualitativa basata sui risultati del progetto. |
| 2 |
| 3 |
| 4 |
| 5 |

| 18. Piano finanziario del progetto | |
|---|-----------|
| 18.1 Spese previste | |
| 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 1000 | € 1000,00 |
| 4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait | € |
| 4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait | € |
| 4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait | € |
| 4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait | € |
| 5. Pubblicità/promozione | € 3000,00 |
| 6. Viaggi e spostamenti | € |
| 7. Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti | € |
| 8. Tasse / SIAE | € |
| 9. Rimborsi spese (specificare) | € |
| 10. Assicurazione | € |
| 11. Altro 1 (specificare) Buoni spesa | € 600,00 |
| 12. Altro 2 (specificare) | € |
| 13. Altro 3 (specificare) | € |
| 14. Altro 4 (specificare) | € |
| 15. Valorizzazione attività di volontariato | € |

Totale A: € 4600,00



| 18.2 Incassi ed Entrate esterne al territorio previste | |
|---|---------|
| Voce di entrata | importo |
| 1. Finanziamenti di Enti pubblici esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali) | € |
| 2. Finanziamenti di soggetti privati esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali) | € |
| 3. Incassi da iscrizione | € |
| 4. Incassi di vendita | € |

Totale B: € 0,00

| | |
|--|-----------|
| DISAVANZO (Totale A – Totale B) | € 4600,00 |
|--|-----------|

| 18.3 Entrate previste provenienti dal contesto del PGZ | |
|--|-----------|
| Voce di entrata | importo |
| 1. Finanziamenti di enti pubblici del territorio di riferimento del PGZ membri del Tavolo (specificare quali) Comuni | € 2066,00 |
| 2. Finanziamenti di enti pubblici del territorio di riferimento del PGZ non membri del Tavolo (specificare quali) Casse Rurali | € 234,00 |
| 3. Finanziamenti di soggetti privati del territorio (specificare quali) | € |
| 4. Autofinanziamento | € |
| 5. Altro (specificare) | € |
| 6. Altro (specificare) | € |

Totale: € 2300,00

| Disavanzo | Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo | Entrate diverse | Contributo PAT |
|---------------------------|--|-----------------|----------------|
| € 4600,00 | € 2066,00 | € 234,00 | € 2300,00 |
| percentuale sul disavanzo | 44.913 % | 5.087 % | 50 % |