



Scheda di presentazione progetto del Piano Operativo Giovani (POG)

1. Codice Progetto

PRI_6_2016

2. Titolo del progetto

LOCAL 2 SOCIAL Formazione + Opportunità nel Social Media Management & Marketing

3. Riferimenti del compilatore

Nome	Daniele
Cognome	Gubert
Recapito telefonico	347 -7925717
Recapito e-mail	presidente@ecomuseo.vanoi.it • ecomuseo@vanoi.it
Funzione	presidente dell'Associazione

4. Soggetto proponente

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

Comune

Associazione (specificare tipologia) culturale di promozione sociale

Comitato/gruppo organizzato locale

Gruppo informale

Cooperativa

Oratorio/Parrocchia

Comunità di Valle/Consorzio di Comuni

Istituto scolastico

Pro Loco

Altro (specificare)



5. Soggetto responsabile

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

Comune

Associazione (specificare tipologia) culturale di promozione sociale

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

Associazione Ecomuseo del Vanoi

5.3 Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile

Canal San Bovo (TN)

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
X Gruppo informale
Cooperativa
Oratorio/Parrocchia
X Comunità di Valle/Consorzio di Comuni
Istituto scolastico
X Pro Loco
Altro (specificare)

7. Durata del progetto

7.1 Qual è la durata del progetto?

X 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 01/02/2016	Data di fine 31/03/2016
Organizzazione delle attività	Data di inizio 01/04/2016	Data di fine 05/06/2016
Realizzazione	Data di inizio 10/06/2016	Data di fine 10/09/2016
Valutazione	Data di inizio 10/06/2016	Data di fine 30/09/2016

8. Luogo di svolgimento

8.1 Dove si svolge il progetto?

Canal San Bovo – Casa dell'Ecomuseo del Vanoi



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

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

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

Altro (specificare)



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

X Promuovere la conoscenza e/o la valorizzazione dell'identità locale e del territorio

Favorire e sostenere il protagonismo e la partecipazione attiva

X 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.)

X Altro (specificare) Incentivare l'offerta locale di professionalità innovative (opportunità occupazionali)

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 Incrementare le conoscenze sul funzionamento delle relazioni sociali "assistite" attraverso le reti informatiche (da utenti ad architetti della comunicazione)

2 Aumentare la consapevolezza dei giovani rispetto alla spendibilità del proprio know-how tecnologico, complementare alla coscienza dell'identità locale e della formazione continua

3 Ideare, progettare ed "azionare" un progetto di marketing digitale volto a valorizzare le risorse culturali, ambientali e turistiche del territorio

4 Sperimentare buone pratiche per lo sviluppo locale: importare conoscenza da declinare localmente piuttosto che esportare "cervelli"

5 Offrire opportunità di lavoro (estivo, integrativo) ad un piccolo staff di giovani creativi e motivati

**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 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

Diffusione / promozione informazioni sui giovani

 Altro (specificare) Realizzazione di un progetto di social media marketing territoriale**14. Descrizione del progetto****14.1 Descrivere brevemente il contesto e i bisogni affrontati**

L'economia turistica è trainante nelle valli di Primiero e Vanoi, e le aziende più consapevoli ed attente investono da tempo sul canale Internet, sul social media marketing, sulla web reputation.

Molto spesso gli imprenditori locali non trovano interlocutori locali in questo settore, sia per l'alta competenza ed aggressività di professionisti e agenzie esterne, sia per la carenza di offerta ed esperienza da parte di giovani che, seppur tecnologicamente abilitati e naturalmente coscienti dei valori territoriali, non conoscono a fondo le strategie e le strumentazioni tecniche necessarie.

Questo progetto di formazione si propone di abilitare un gruppo di giovani, attraverso conoscenze e competenze professionali, all'offerta di servizi alle aziende, agli enti pubblici, alle associazioni che abbisognano di vendersi, farsi conoscere e apprezzare, mantenere le relazioni con i propri utenti/clienti/soci per mezzo della Rete.

L'Ecomuseo del Vanoi (insieme al gruppo "Amanti del Vanoi") mette a disposizione i propri contenuti (strettamente legati alle risorse culturali e ambientali locali) ed i propri canali e strumenti di comunicazione (sito web, profili social, portali di booking) per un progetto campione che preveda l'analisi degli attuali punti di forza e debolezza, quindi una nuova strategia di social media & digital marketing.

Il piccolo team di soggetti frequentanti (2 o 3) che si dimostrerà più abile e creativo, selezionato da una commissione competente, sarà incaricato dall'Associazione di mettere in atto le proprie proposte disponendo di un piccolo budget di "startup" (Euro 2.000 onnicomprensivi, dei quali il team deciderà la spartizione, corrispondenti ad un impegno di ca. 200 ore da svolgersi nell'arco della stagione estiva).

I giovani selezionati per la realizzazione del progetto di comunicazione dovranno avere assolto l'obbligo curricolare ai sensi della nota 18 novembre 2015 prot. 592897 della PAT; sarà loro richiesto di certificarlo presentando copia del diploma, ovvero attestazione di aver concluso il percorso professionale, ovvero dovranno essere iscritti all'Università.



14.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.

* Promozione dell'opportunità formativa / lavorativa

* Selezione dei partecipanti a mezzo test attitudinale / motivazionale

Solo se le iscrizioni dovessero superare le 16 unità (n. 4 posti aggiuntivi sono riservati a giovani indicati dalle pro-loco facenti riferimento al Consorzio Turistico Valle del Vanoi, che sponsorizza il corso); il progetto prevede la partecipazione di min. 8 iscritti.

* Corso in cinque giornate (una settimana a giugno, oppure tre week-end in maggio/giugno)

I-II giornata: Intro al Web Marketing, SEO, Google Adwords, Google+

III Giornata: Digital Strategy – Fare Marketing sul Web e sui Social

IV Giornata: Facebook Marketing & Adv – Twitter, LinkedIn, Youtube – Airbnb - Maps

V Giornata: Storytelling

Per ridurre i costi, anziché mobilitare un docente / più docenti ed ospitarli sul territorio, o spostare gli utenti in una località remota, si potranno acquistare delle lezioni online attivando un coaching locale.

* Selezione del progetto proposto da un piccolo staff di giovani (2-3) e realizzazione di alcune azioni di marketing

Revisione contenuti e posizionamento del sito web dell'Ecomuseo, analisi e incremento della web reputation, campagne Google AdWords, Facebook for Business, etc.

Il piccolo team di soggetti frequentanti (2 o 3) che si dimostrerà più abile e creativo, selezionato da una commissione competente, sarà incaricato dall'Associazione di mettere in atto le proprie proposte disponendo di un piccolo budget di "startup" (Euro 2.000 onnicomprensivi, dei quali il team deciderà la spartizione, corrispondenti ad un impegno di ca. 200 ore da svolgersi nell'arco della stagione estiva).

* Valutazione dei risultati raggiunti

Numero di visite, di follower, di prenotazioni... grado di soddisfazione manifestata dai partecipanti alle attività. Indagine sulle ulteriori opportunità effettivamente apertesi per i giovani frequentanti.

14.3 Descrivere brevemente i risultati attesi

* Incremento delle conoscenze sul funzionamento delle relazioni sociali "assistite" attraverso le reti informatiche (da utenti ad architetti della comunicazione)

* Consapevolezza dei giovani rispetto alla spendibilità del proprio know-how tecnologico, da accompagnare a preparazione culturale e strategie di comunicazione / marketing

* Accesso a strumentazioni e risorse professionali nella conduzione di un progetto specifico di promozione territoriale

* Sperimentazione "seminale" di buone pratiche per lo sviluppo locale (importare conoscenza da declinare localmente piuttosto che esportare cervelli)

* Opportunità di lavoro estivo per un piccolo staff di giovani. Da queste esperienze potrebbe nascere qualche "startup"

* Incremento del pubblico, della visibilità delle attività e della reputazione online dell'Ecomuseo del Vanoi e del Consorzio Turistico Valle del Vanoi

14.4 Abstract

Formazione volta ad abilitare un gruppo di giovani, attraverso competenze professionali, all'offerta di servizi ad aziende, enti, associazioni che vogliono vendersi, farsi conoscere ed apprezzare, mantenere relazioni con gli utenti/clienti/soci per mezzo della Rete. L'Ecomuseo offre i propri contenuti (legati a risorse culturali e ambientali locali) e strumenti di comunicazione (sito web, profili social, portali di booking) per un progetto campione orientato a strategie di social media marketing



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

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

Altro (specificare)

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

X Giovani 25-29 anni

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

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

X Altro (specificare) giovani maggiorenni

Numero partecipanti attivi 16+4



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) Tutti gli utenti della "comunicazione" dell'Ecomuseo

Numero fruitori >1000

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 Eventuale selezione delle application in caso di superamento del numero chiuso (16 giovani)
2 Questionario sul gradimento del corso e dei docenti
3 Commissione per la selezione del progetto campione
4 Misurazione programmata dell'efficacia del progetto di marketing (num. di visite, di follower, di prenotazioni...)
5

18. Piano finanziario del progetto**18.1 Spese previste**

Voce di spesa	importo
1. Affitto sale, spazi, locali	€ 0,00
2. Noleggio materiali e attrezzature (specificare) dotazioni d'aula: rete wi-fi, display largo formato / videoconferenza, pc portatili / tablet per coloro che ne fossero sprovvisti	€ 600,00
3. Acquisto materiali specifici usurabili (specificare)	€ 0,00
4. Compensi n.ore previsto 35 tariffa oraria 60 forfait	€ 2100,00
4. Compensi n.ore previsto 30 tariffa oraria 50 forfait	€ 1500,00
4. Compensi n.ore previsto Compenso ai giovani per messa in campo progetto selezionato tariffa oraria forfait 2000	€ 2000,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
5. Pubblicità/promozione	€ 350,00
6. Viaggi e spostamenti	€ 0,00
7. Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti	€
8. Tasse / SIAE	€
9. Rimborsi spese (specificare) viaggio docenti	€ 570,00
10. Assicurazione	€ 200,00
11. Altro 1 (specificare)	€ 0,00
12. Altro 2 (specificare)	€ 0,00
13. Altro 3 (specificare)	€
14. Altro 4 (specificare)	€
15. Valorizzazione attività di volontariato	€ 500,00

Totale A: € 7820,00



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)	€ 0,00
2. Finanziamenti di soggetti privati esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali)	€ 0,00
3. Incassi da iscrizione	€ 320,00
4. Incassi di vendita	€ 0,00

Totale B: € 320,00

DISAVANZO (Totale A – Totale B) € 7500,00

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) Tavolo	€ 3050,00
2. Finanziamenti di enti pubblici del territorio di riferimento del PGZ non membri del Tavolo (specificare quali)	€
3. Finanziamenti di soggetti privati del territorio (specificare quali) Consorzio Turistico Valle del Vanoi (a fronte di 4 posti riservati)	€ 400,00
4. Autofinanziamento	€ 1000,00
5. Altro (specificare)	€ 0,00
6. Altro (specificare)	€ 0,00

Totale: € 4450,00

Disavanzo	Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo	Entrate diverse	Contributo PAT
€ 7500,00	€ 3050,00	€ 1400,00	€ 3050,00
percentuale sul disavanzo	40.6667 %	18.6667 %	40.6667 %