PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

POLITICHE GIOVANILI
PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Mod. A2 PGZ

Scheda di presentazione progetto del Piano Operativo Giovani (POG)

1. Codice Progetto

AGL_7_ 2017

2. Titolo del progetto

OFFSET MAGAZINE: Sviluppo redazionale Alto Garda e Ledro

3. Riferimenti del compilatore

Nome	Leonardo
Cognome	Menegoni
Recapito telefonico	3393849969
Recapito e-mail	info@associazioneoffset.it
Funzione	Presidente

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

Comune
X Associazione (specificare tipologia) culturale
Comitato/gruppo organizzato locale
Gruppo informale
Cooperativa
Oratorio/Parrocchia
Comunità di Valle/Consorzio di Comuni
Istituto scolastico
Pro Loco
Altro (specificare)

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

POLITICHE GIOVANILI
PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

5. Soggetto responsabile **5.1 A quale tipologia di ente appartiene il soggetto responsabile del progetto?**
Comune
X Associazione (specificare tipologia) culturale
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 Offset

5.3 Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile

Rovereto

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

X SI
NO

6.2 Se si, con quale tipologia di soggetti?
Comune
X Associazione (specificare tipologia) culturale diversa dalla proponente
Comitato/gruppo organizzato locale
X Gruppo informale
X 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?

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 01/10/2016	Data di fine 30/11/2016
Organizzazione delle attività	Data di inizio 01/04/2017	Data di fine 01/05/2017
Realizzazione	Data di inizio 01/05/2017	Data di fine 01/12/2017
Valutazione	Data di inizio 01/11/2017	Data di fine 10/12/2017

8. Luogo di svolgimento
8.1 Dove si svolge il progetto?

Comune di Arco - Comune di Riva del Garda

9 Ambiti di attività **9.1 In quale dei seguenti ambiti di attività ricade il progetto?**
X 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
X Laboratori che vedano protagonisti i giovani nel campo dell'arte, della creatività, della manualità e della riflessione sulle grandi questioni del nostro tempo
X 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
X Altro (specificare) Editoria

11. Obiettivi generali: **11.1 Quali sono gli obiettivi generali che il progetto si propone di raggiungere?** *Obiettivi legati ai giovani*
X Promuovere l'ascolto come strumento di analisi dei bisogni
X 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 Raccogliere la diretta testimonianza sul sentire e sul vissuto dei giovani impiegati nel progetto sotto forma di prodotto editoriale
2 Espandere ed approfondire la conoscenza di tematiche fortemente legate al territorio attraverso un prodotto editoriale locale
3 creazione e affinamento di capacità espressive e applicabili in ambito lavorativo da parte dei partecipanti al progetto
4 Favorire l'incontro intergenerazionale attraverso un prodotto editoriale con target di fruizione elastico
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
Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline - PRATICA
X Dibattiti/incontri di discussione e confronto (su attualità, cultura…)
Eventi (convegni, concerti, ecc)
Visite a istituzioni / confonti - gemellaggi - scambi / campus
Animazione
X 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

Dopo una positiva esperienza ottenuta con la realizzazione del progetto OFFSET MAGAZINE proposto da Associazione Offset all'interno dei POG 2015 e 2016 presso il Comune di Rovereto, si evince ora la necessità di poter trasferire lo sviluppo del team redazionale ai territori limitrofi quale l'Alto Garda, bacino di alta importanza per concentrazione di Giovani e attività culturali.

Lo scopo di questa "migrazione" temporanea della redazione è quella di raccogliere fisicamente dal territorio le voci dei giovani promuovendo innanzitutto un analisi del territorio effettuata direttamente dai giovani che lo vivono, per poter successivamente creare un progetto di rete extraterritoriale, dove i giovani dell'Alto Garda avranno sì la possibilità di esprimere se stessi ed il proprio territorio, ma anche di entrare il contatto con giovani di altri territori che collaborano attivamente al lavoro redazionale, attraverso quindi una formazione trasversale ed a costo zero, effettuata dalle persone che avevano partecipato al percorso di formazione nei progetti degli anni precedenti e che hanno continuato a collaborare al progetto.

Il gruppo di giovani che si andrà a formare avrà quindi il compito di ri-definire, consolidare e implementare il prodotto editoriale, passando alla creazione e gestione di una serie di uscite del Magazine (min 4), portando alla fine del progetto un piano di attività legato alla continuità e sostenibilità della distribuzione di ulteriori numeri del prodotto editoriale in questione, ed individuando il prossimo territorio in cui presentare il progetto, così da continuare ad espandere la rete.

Il magazine, distribuito gratuitamente (free-press) sul territorio Provinciale non sarà un "giornalino associativo" ma trattera Cultura a 360° (arte, musica, educazione, tecnologia) con una forte ottica di innovazione. Verranno sviluppati articoli, speciali di approfondimento, interviste, rubriche, inserti di illustrazione, collaborazioni con vari enti ed associazioni locali e non. Ogni partecipante avra modo di sviluppare le proprie capacita in materia di scrittura, giornalismo, pubblicita ed editoria, nei campi di interesse prediletti, dando quindi sia visibilita che spazio alla creativita dei partecipanti al progetto ed un valido strumento informativo-educazionale dei fruitori.

In questo percorso, oltre alla creazione di un progetto a lungo termine in cui i giovani del territorio possono trovare un ampio e pressoché illimitato spazio di espressione (mediato solo da una giusta etica giornalistica di cui l'associazione proponente si fa garante), si viene a creare un importante spazio di incontro e dibattito, sia sulla carta stampata che all'interno di una redazione fisica e telematica, mettendo giovani di diverse estrazioni sociali, generi, età e culture o micro-culture di appartenenza, seduti intorno ad un tavolo a discutere di temi di attualità, politica e culturali, avendo come compito il "fare sintesi" delineando quindi, attraverso una serie di classifiche valoriali, i concetti e le idee che riescono più a rappresentarli come persone e come gruppo.

14.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.

Il fulcro del progetto sarà lo sviluppo di un gruppo redazionale dove i giovani (previa iscrizione fissata a 10 euro cadauno per un max. di 20 partecipanti) dovranno sviluppare e consolidare competenze nei campi di marketing, scrittura, gestione aziendale, grafica e di comunicazione.

Il lavoro di redazione verrà svolto in incontri mensili di due ore circa (minimo uno al mese) per garantire continuità e team-building, oltre a questi si sfrutterà una comunicazione telematica (mail, telefono, social network) in maniera da abbattere costi rilevanti di affitto locali
La location individuata per questi incontri è il centro giovanile di Arco, Cantiere 26.
I sopracitati incontri verrano fissati di volta in volta in base alla disponibilità della maggioranza dei partecipanti e del direttivo dell'associazione proponente.
Agli incontri sarà presente il gruppo redazionale pre-esistente, creato dai partecipanti dei precedenti workshop legati al progetto magazine, da soci dell'associazione proponente, dal Direttore Responsabile (giornalista pubblicista), dall'Editore e da giovani di altre realtà territoriali che collaborano nel progetto. Questi si occuperanno di promuovere una formazione trasversale, mettendosi in una relazione di collaborazione con i nuovi partecipanti (giovani dell'Alto Garda).
Non mancheranno dei momenti di formazione classica (presentazione progetto, responsabilità civili e penali dell'editoria, scrittura giornalistica etc) ma si punterà su un lavoro esperienziale andando a mettere in pratica le nozioni condivise dal gruppo redazionale in un lavoro di squadra, imparando quindi attraverso la realizzazione di obiettivi.
La formazione toccherà tutti i temi del processo editoriale/redazionale in cui poi gli iscritti collaboreranno, come:
- raccolta informazioni del territorio e creazione di una rassegna stampa;
- scrittura giornalistica e creativa;
- produzione contenuti, selezione e suddivisione per le uscite;
- selezione materiale di illustrazione e grafico;
- targeting e strategie di marketing;
- ricerca sponsor;
- follow-up e ri-condivisione digitale;

Tutti i partecipanti interessati e che dimostreranno impegno e fiducia nel progetto, saranno invitati a mantenere la collaborazione con la redazione anche dopo la chiusura dello stesso.

Come emerso da precedenti incontri con il tavolo giovani dell'Alto Garda e Ledro (e consigliato dalle associazioni partecipanti), si è rilevata la necessità di implementare la produzione del Magazine stampato con una versione digitale, che possa permettere quindi l'inserimento di media diversamente usufruibili (audio-video-hyperlink) e spazio per inserire materiale altrimenti escluso sulla carta stampata. Questa piattaforma, permetterà una comunicazione più frequente attraverso l'utilizzo di mailing list, social network con il pubblico target del magazine.
La realizzazione di una piattaforma digitale (su base wordpress-opensource) e la cura dell'impaginazione di tutte le uscite digitali (numero elevato, circa 30 da maggio a dicembre) andrà quindi ad aggiungersi al lavoro di impaginazione e realizzazione grafica delle uscite in carta stampata, che per esperienza nei precedenti progetti, abbiamo identificato come uno dei lavori più delicati e ad alto fabbisogno di professionalità. Da qui la decisione di affidarsi ad un esperto nel settore grafico esterno alla redazione che coordinerà la realizzazione di tutto il comparto di immagine e digitale.
Il costo, più alto rispetto ai progetti precedenti (1000 euro per grafica delle uscite in carta stampata), per il maggior carico di lavoro (uscite digitali frequenti) e per l'implementazione di una piattaforma ad hoc (realizzazione sito internet dedicato e gestione mailing list) è preventivato a 3000 euro (1500 per stampa e 1500 per digitale) a forfait come da voce di spesa 12.

Seppur il materiale grafico possa essere consegnato in forma telematica, molti aspetti legati alla stampa necessitano incontri diretti tra grafico e tipografia (scelta della qualità e grammatura della carta, prove colore, metodi di impaginazione, correzioni impaginazione) ai quali, grazie alla collaborazione con la tipografia Festini S.N.C. di Rovereto, potranno partecipare gli iscritti, approfittando dell'occasione per conoscere ed apprendere le diverse tecniche sulla metodologia di stampa e confezionamento dei prodotti editoriali.
Verranno stampate all'incirca un migliaio di copie per ogni uscita (numero variabile dipendente dal numero di pagine stampate per ogni copia) per un min. di 4 uscite, ad un costo preventivato di 1000 euro ad uscita per un totale di 4000 come da voce di spesa 11.

La distribuzione capillare del prodotto sul territorio dell'Alto Garda e Ledro sarà compito dei partecipanti al progetto. Essi dovranno individuare i punti focali per la distribuzione del prodotto (centri di aggregazione, esercizi pubblici, negozi etc.) calcolando attentamente il numero di copie da lasciare in ognuno di questi.

Il Magazine sarà fruibile gratuitamente, sia in forma cartacea che web.
Sarà compito dei partecipanti sviluppare tecniche di promozione originali, alternative e a costo zero per la pubblicizzazione del magazine.

Per il coordinamento di progetto e l'impegno di tempo si riconosceranno euro 500 a Leonardo Menegoni e euro 500 a Sara Vicenzi (progettazione, gestione, organizzazione attivita) come da voce di spesa 4.

14.3 Descrivere brevemente i risultati attesi

L'aspettativa principale è quella di raccogliere la voce dei giovani del territorio dell'Alto Garda e Ledro, inserendola all'interno di un progetto con una forte ottica di rete sovra-territoriale, con una durata prolungata nel tempo e con sviluppi di espansione nei prossimi anni a tutti i territori della provincia di Trento.

La buona riuscita del progetto è legata fortemente alla presa di coscienza da parte della comunità dell'esistenza del Magazine, e dell'apprezzamento delle sue qualità attraverso la sua fruizione (gratuita).

Gli altri elementi di valutazione saranno la maggior auto-sostenibilità raggiungibile per l'eventuale continuazione del progetto, legata al contributo di sponsor privati e pubblici interessati ad essere pubblicati all'interno del Magazine.

Non di meno verrà posta attenzione sullo sviluppo delle "skills" personali e professionali dei partecipanti attivi al progetto, prevedendo per alcuni di questi la possibilità di un inserimento lavorativo all'interno del mondo editoriale, sia grazie ad un eventuale sviluppo e crescita futura del Magazine in questione, che per i contatti e le capacità specifiche apprese nello svolgimento del progetto e spendibili in altri ambiti lavorativi (marketing, grafica, team-building,tipografia,comunicazione).

La rete di collaborazione dell'associazione proponente, già forte sul territorio di provenienza della Vallagarina, manifesterà un implementazione con le associazioni, enti e gruppi informali del territorio dell'Alto Garda attraverso la collaborazione nella produzione dei contenuti.

14.4 Abstract

Creazione di un magazine culturale a fruizione gratuita, con distribuzione sul territorio provinciale.

15. Target

15.1 Chi e quanti sono gli "organizzatori" del progetto?

Con "organizzatori" si intendono tutti coloro che verrano 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)
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
Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)
Altro (specificare)
Numero organizzatori 20

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)
Altro (specificare)
Numero partecipanti attivi 30

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
X 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 15.000

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
X Articoli su quotidiani, riviste, bollettini
Bacheche pubbliche
X Cartelloni/manifesti/locandine/volantini
X Eventi pubblici (conferenza stampa, serate ecc..)
Lettere cartacee
X Passaparola
X Strumenti informatici (E-mail, newsletter, Social Network, Blog..)
Telefonate / SMS
Altro (specificare)

17. Valutazione **17.1 Sono previsti strumenti di valutazione?**

X SI
NO

17.2 Se sì, quali?
1 Feedback diretto dei fruitori del magazine, per via orale, scritta o digitale
2 questionario per i partecipanti al progetto
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 Leonardo Menegoni (editore) tariffa oraria forfait 500	€ 500,00
4. Compensi n.ore previsto Sara Vicenzi (caporedattrice) tariffa oraria forfait 500	€ 500,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
5. Pubblicità/promozione	€
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) tipografia stampa magazine	€ 4000,00
12. Altro 2 (specificare) creazione struttura (layout) grafica magazine e web e rispettivo follow-up	€ 3000,00
13. Altro 3 (specificare)	€ 0,00
14. Altro 4 (specificare)	€
15. Valorizzazione attività di volontariato	€

Totale A: € 8000,00

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)	€
3. Incassi da iscrizione	€ 200,00
4. Incassi di vendita	€

Totale B: € 200,00

DISAVANZO (Totale A – Totale B)	€ 7800,00

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) tutti i membri	€ 4188,00
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) sponsor, negozi, locali	€ 600,00
4. Autofinanziamento	€
5. Altro (specificare)	€ 0,00
6. Altro (specificare)	€

Totale: € 4788,00

Disavanzo	Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo	Entrate diverse	Contributo PAT
€ 7800,00	€ 4188,00	€ 600,00	€ 3012,00
percentuale sul disavanzo	53.6923 %	7.6923 %	38.6154 %