
**Piano Giovani di Zona di TERZA SPONDA - VAL DI NON
piano operativo giovani anno 2012**

Sommario

OPERAZIONE PROMO PIANO (3SP_6_2012) 1



SCHEMA di presentazione progetti

1	Codice progetto 1
3SP_6_2012	
2	Titolo del progetto
"OPERAZIONE PROMO PIANO"	
3	Riferimento del compilatore 2
	Nome Alessandro
	Cognome Rigatti
	Recapito telefonico 3291956114
	Recapito e-mail piano.carez@hotmail.it
	Funzione referente tecnico organizzativ
4	Soggetto proponente 3
4.1	A quale tipologia di ente appartiene il soggetto proponente il progetto?
	<input type="radio"/> Comune
	<input type="radio"/> Associazione (specifica tipologia) <input type="text"/>
	<input type="radio"/> Comitato/gruppo organizzato locale
	<input type="radio"/> Gruppo informale
	<input type="radio"/> Cooperativa
	<input type="radio"/> Oratorio/Parrocchia
	<input type="radio"/> Comunità di Valle/Consorzio di Comuni
	<input type="radio"/> Istituto scolastico
	<input type="radio"/> Pro Loco
	<input checked="" type="radio"/> Altro (specificare) TAVOLO DEL PGZ CAREZ
5	Soggetto responsabile 4
5.1	A quale tipologia di ente appartiene il soggetto responsabile del progetto?
	<input checked="" type="radio"/> Comune
	<input type="radio"/> Associazione (specifica tipologia) <input type="text"/>
	<input type="radio"/> Comitato/gruppo organizzato locale
	<input type="radio"/> Cooperativa
	<input type="radio"/> Oratorio/Parrocchia
	<input type="radio"/> Comunità di Valle/Consorzio di Comuni
	<input type="radio"/> Istituto scolastico
	<input type="radio"/> Pro Loco
	<input type="radio"/> Altro (specificare) <input type="text"/>
5.2	Specificare la denominazione o la ragione sociale del soggetto responsabile
COMUNE DI ROMALLO	
5.3	Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile
ROMALLO	

6	Collaborazioni		
6.1	Il soggetto responsabile prevede di collaborare attivamente con altri enti per questo progetto, anche in modo informale?		
	<input checked="" type="radio"/>	SI	
	<input type="radio"/>	NO	
6.2	Se sì, con quale tipologia di soggetti		
	<input checked="" type="checkbox"/>	Comune	
	<input type="checkbox"/>	Associazione (specifica tipologia)	<input type="text"/>
	<input type="checkbox"/>	Comitato/gruppo organizzato locale	
	<input type="checkbox"/>	Gruppo informale	
	<input type="checkbox"/>	Cooperativa	
	<input type="checkbox"/>	Oratorio/Parrocchia	
	<input type="checkbox"/>	Comunità di Valle/Consorzio di Comuni	
	<input type="checkbox"/>	Istituto scolastico	
	<input type="checkbox"/>	Pro Loco	
	<input type="checkbox"/>	Altro (specificare)	<input type="text"/>
7	Durata del progetto		
7.1	Quale è la durata del progetto?		
	<input checked="" type="radio"/>	Annuale	
	<input type="radio"/>	pluriennale	
7.2	Quando tempo è stato richiesto per la progettazione e quanto si prevede sarà necessario per attuare le fasi successive? Riportare di seguito: (Indicare i tempi arrotondando o in mesi, o in settimane o in giorni)		
		Data di inizio	Data di fine
1	progettazione	01/01/2012	15/01/2012
2	organizzazione delle attività	01/02/2012	15/02/2012
3	realizzazione	01/04/2012	15/12/2012
4	valutazione	16/12/2012	31/12/2012

8	Luogo di svolgimento
8.1	Dove si svolge il progetto?

COMUNI DELLA TERZA SPONDA

9	Ambiti di attività
9.1	In quale dei seguenti ambiti di attività ricade il progetto? 8
	<input type="checkbox"/> 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
	<input type="checkbox"/> 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
	<input checked="" type="checkbox"/> 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
	<input type="checkbox"/> l'apertura ed il confronto con realtà giovanili nazionali ed europee attraverso scambi o iniziative, basati su progettualità reciproche
	<input checked="" type="checkbox"/> laboratori che vedano protagonisti i giovani nel campo dell'arte, della creatività, della manualità e della riflessione sulle grandi questioni del nostro tempo
	<input type="checkbox"/> progetti che vedano il mondo giovanile protagonista nelle fasi di ideazione, gestione e realizzazione
	<input type="checkbox"/> percorsi formativi finalizzati all'apprendimento di competenze di cittadinanza attiva, con particolare attenzione all'ambito delle tecnologie digitali
	<input type="checkbox"/> 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? 9
	<input type="radio"/> Cittadinanza attiva e volontariato <input type="radio"/> Arte, cultura e creatività <input type="radio"/> Musica e danza <input type="radio"/> Teatro, cinema e fotografia <input type="radio"/> Tecnologia e innovazione <input checked="" type="radio"/> Educazione e comunità <input type="radio"/> Sport, salute e benessere <input type="radio"/> Economia, ambiente e sostenibilità <input type="radio"/> Conoscere e confrontarsi con il mondo <input type="radio"/> Altro specificare <input type="text"/>
11	Obiettivi generali
11.1	Quale sono gli obiettivi generali che il progetto si propone di raggiungere? 10
	Obiettivi legati ai giovani
	<input checked="" type="checkbox"/> Promuovere l'ascolto come strumento di analisi dei bisogni <input type="checkbox"/> Promuovere la conoscenza e/o la valorizzazione dell'identità locale e del territorio <input type="checkbox"/> Favorire e sostenere il protagonismo e la partecipazione attiva <input type="checkbox"/> Sostenere la trasmissione di competenze di ideazione, progettazione e organizzazione di attività <input type="checkbox"/> Sostenere la formazione e/o l'educazione <input type="checkbox"/> Promuovere l'interculturalità e la multiculturalità <input type="checkbox"/> Sostenere l'orientamento scolastico o professionale <input type="checkbox"/> Sostenere la transizione all'età adulta <input type="checkbox"/> Altro specificare
	Obiettivi legati agli adulti e alla comunità in generale
	<input type="checkbox"/> Favorire il dialogo inter-generazionale <input type="checkbox"/> Favorire la responsabilizzazione e la sensibilizzazione degli adulti verso i problemi e le necessità dei giovani <input type="checkbox"/> Supportare la genitorialità <input type="checkbox"/> Promuovere sinergie tra gli attori istituzionali del territorio (comune, scuole, etc.) <input type="checkbox"/> Promuovere sinergie tra gli attori non - istituzionali del territorio (famiglie, associazioni, gruppi, etc.) <input checked="" type="checkbox"/> altro specificare Far comprendere anche al mondo degli adulti l'importanza delle Politiche Giovanili attraverso i Piani Giovani di Zona
12	Obiettivi specifici
12.1	Quale sono gli obiettivi secondari (rispetto a quelli generali definiti nel punto 11) che il progetto si propone di raggiungere? 11
	1 Maggiore conoscenza delle attività messe in atto dal nostro Piano Giovani 2 Maggiore partecipazione ai progetti promossi 3 Stimolare la partecipazione, in senso ampio, dei giovani alle iniziative del Piano 4 Maggiore condivisione da parte dei giovani delle attività e dei progetti 5 Progettazione più mirata dei progetti in seguito alla raccolta di bisogni e necessità rilevati dall'incontro con i giovani attraverso l'attività dello sportello
13	Tipo di attività
13.1	Quale sono le attività principali che si prevede di realizzare con il progetto? 12
	<input type="checkbox"/> Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline (anche artistiche o sportive) - TEORIA <input type="checkbox"/> Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline (anche artistiche o sportive) - PRATICA <input type="checkbox"/> Dibattiti/incontri di discussione e confronto (su politica, attualità, cultura?) <input checked="" type="checkbox"/> Eventi <input type="checkbox"/> Visite a istituzioni / viaggi - scambio / campus <input type="checkbox"/> Animazione <input checked="" type="checkbox"/> Redazione giornalistica/Rivista <input checked="" type="checkbox"/> Diffusione, promozione <input type="checkbox"/> Altro - specificare: <input type="text"/>

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

Il Piano Giovani di Zona Carez intende procedere, ritenendo tale attività essenziale per la buona riuscita delle iniziative e per il successo del Piano stesso, puntando alla qualità e alla quantità della pubblicizzazione e informazione diffusa delle iniziative e del Piano Giovani stesso. Fare promozione significa per noi far crescere l'entusiasmo, la fiducia e la stima nei confronti del Piano Giovani facendolo conoscere sul territorio e non solo attraverso differenti strumenti di comunicazione, attraverso l'incontro dei gruppi e dei giovani nei vari paesi e in diverse occasioni, attraverso la pubblicizzazione del Piano all'interno di altre manifestazioni e iniziative pubbliche.

14	Descrizione del progetto
14.2	Descrivere brevemente le attività da realizzare.

Fare informazione significa saper comunicare con efficacia e con professionalità attraverso l'utilizzo di diversi strumenti. In primo luogo si continuerà ad utilizzare il valido ed efficiente strumento del CoSmoS (servizio del Consorzio dei Comuni Trentini) per informare tutti i ragazzi di ogni singola iniziativa promossa dal Piano. Riguardo a questo punto si cercherà con forza di recuperare il maggior numero possibile di numeri telefonici dei ragazzi che finora hanno dimostrato anche in questa occasione un po' di diffidenza nel rilasciare il proprio numero di cellulare. Nel corso dell'anno 2011 sono stati inviati sms ad un numero di ragazzi pari a 250 su un target totale di 750 circa. L'informazione sarà poi fatta attraverso i canali dei Social Network che risultano essere, in generale, i più fruttuosi di risultati in termini di partecipazione. Ma non si vuole abbandonare nemmeno il più tradizionale e classico metodo della cartellonistica pubblicitaria; anzi, il Tavolo è molto convinto dell'importanza di una grafica attraente che caratterizzi locandine, manifesti e volantini, e in questo si cercherà di curare molto questo aspetto estetico. Affinché l'informazione possa essere davvero efficiente al massimo si incroceranno anche altri sistemi di comunicazione come quello delle lettere cartacee affinché anche le famiglie dei ragazzi possano essere al corrente delle iniziative progettuali del Piano Giovani e allo stesso tempo siano consapevoli della possibilità che il Piano Giovani rappresenta. Tutto questo sarà poi portato davanti agli occhi di tutti attraverso una serata promozionale affiancata da un momento di svago e di festa, attraverso uno spettacolo o un concerto. Un'altra attività molto importante sarà quella dello sportellista che negli anni precedenti era compresa nel progetto "Info Point". In questo caso il referente Tecnico rivestirà anche la figura di sportellista mettendosi a disposizione per incontrare i ragazzi dei vari paesi, i diversi gruppi organizzati per spiegare obiettivi, attività e metodi di lavoro del Tavolo nell'intento anche di fornire supporto per una migliore e più mirata progettualità. Lo sportellista sarà dotato di numero cellulare e potrà essere contattato in ogni occasione. Non ci si aspetta chiaramente che siano molti i ragazzi a venire incontro al Piano Giovani e con questa consapevolezza sarà il referente Tecnico a cercare i ragazzi e a proporre momenti di confronto e di scambio. Ulteriore azione che si intende intraprendere per meglio far conoscere il lavoro e le iniziative del Tavolo a conclusione dell'anno è la stampa di un giornalino che riassume, anche attraverso le impressioni dei partecipanti, i contenuti del progetto e l'interesse riscosso, con foto e quant'altro relativo al singolo progetto. Ancora più importante forse è l'idea, emersa dal tavolo del Piano Giovani Carez, di bandire un concorso per la realizzazione di un nuovo logo del PGZ convinto che una diversa immagine possa contribuire in parte a guardare con occhi diversi al Piano Giovani. I tre migliori progetti partecipanti al concorso saranno premiati con strumenti tecnologici (macchina fotografica, i-pod...) e il vincitore potrà, se disponibile, diventare il grafico ufficiale del Piano Giovani per l'anno 2012.

14	Descrizione del progetto
14.3	Descrivere brevemente i risultati attesi.

Mettendo in campo molti mezzi di comunicazione che il Tavolo della Proposta e del Confronto ritiene utili, efficaci se non addirittura necessari si mira allo scopo di raggiungere proprio tutti i potenziali partecipanti e fruitori delle iniziative progettuali promosse dal Piano stesso. Attraverso gli strumenti elencati al punto precedente si vuole con il tempo creare sempre più consapevolezza di che cosa è il Piano Giovani di Zona e che cosa significhi concretamente per le nostre comunità. Essendo ancora uno strumento relativamente recente dalla popolazione non è ancora sentito, mentre le amministrazioni comunali che vi aderiscono sono dall'altra parte assolutamente convinte della bontà dell'iniziativa. Con l'attività di marketing e dello sportello nel concreto si intende stimolare la popolazione giovanile nell'ideare e presentare progetti al Tavolo del PGZ nonchè, e questo viene prima di tutto, partecipare alle numerose attività messe in campo.

14	Descrizione del progetto
14.4	ABSTRACT.

Alla base della buona realizzazione di un progetto vi sta sempre una campagna di informazione intensa e che si dispiega attraverso numerosi strumenti informatici e/o più tradizionali. L'immagine di un Piano Giovani è importante per attirare e riscuotere il successo che esso merita da parte di tutti i giovani. La propaganda deve essere fitta e intensa per creare sempre più consapevolezza e distruggere invece il pregiudizio, l'indifferenza e la diffidenza.

15	Target	
15.1	Chi sono gli "organizzatori" del progetto? 14 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.	
	<input type="checkbox"/> Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)	N 22
	<input type="checkbox"/> Adolescenti 15-19 anni	
	<input type="checkbox"/> Giovani 20-24 anni	
	<input type="checkbox"/> Giovani 25-29 anni	
	<input type="checkbox"/> Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni	
	<input type="checkbox"/> Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)	
	<input checked="" type="checkbox"/> Altro: specificare Tavolo del confrotno	

15	Target	
15.2	Chi sono i "partecipanti attivi" del progetto? 15 Con "partecipanti attivi" si intendono tutti quelli che hanno acquisito competenze prendendo parte al progetto.	
	<input checked="" type="checkbox"/> Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)	N 750
	<input checked="" type="checkbox"/> Adolescenti 15-19 anni	
	<input checked="" type="checkbox"/> Giovani 20-24 anni	
	<input checked="" type="checkbox"/> Giovani 25-29 anni	
	<input checked="" type="checkbox"/> Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni	
	<input checked="" type="checkbox"/> Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)	
	<input type="checkbox"/> Altro: specificare <input type="text"/>	

15	Target	
15.3	Chi sono i "fruitori" (pubblico / spettatori) del progetto? 16 Con "fruitori" si intendono tutti coloro che hanno assistito ad un evento, una serata, una manifestazione, aperti al pubblico.	
	<input checked="" type="checkbox"/> Tutta la cittadinanza	N 3500
	<input type="checkbox"/> Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)	
	<input type="checkbox"/> Adolescenti 15-19 anni	
	<input type="checkbox"/> Giovani 20-24 anni	
	<input type="checkbox"/> Giovani 25-29 anni	
	<input type="checkbox"/> Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni	
	<input type="checkbox"/> Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)	
	<input type="checkbox"/> Altro: specificare <input type="text"/>	

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 17
<input type="checkbox"/>	Nessuna comunicazione prevista
<input checked="" type="checkbox"/>	Articoli su quotidiani, riviste, bollettini
<input checked="" type="checkbox"/>	Bacheche pubbliche
<input checked="" type="checkbox"/>	Cartelloni/manifesti/locandine/volantini
<input checked="" type="checkbox"/>	Eventi pubblici (conferenza stampa, serate ecc..)
<input checked="" type="checkbox"/>	Lettere cartacee
<input checked="" type="checkbox"/>	Passaparola
<input checked="" type="checkbox"/>	Strumenti informatici (E-mail, newsletter, Social Network, Blog..)
<input checked="" type="checkbox"/>	Telefonate / SMS
<input type="checkbox"/>	Altro: specificare <input type="text"/>

17	Valutazione
17.1	Sono previsti strumenti di valutazione?
<input checked="" type="radio"/>	SI
<input type="radio"/>	NO
17.2	Se si, Quali? 5
1	Feed-back da parte del Tavolo
2	
3	
4	
5	

18 Piano finanziario del progetto		
18.1 Spese previste		
	Voce di spesa	Importo Euro
1	Affitto Sale, spazi, locali	0
2	Noleggio Attrezzatura stabile IMPIANTI AUDIO E LUCI	600
3	Acquisto Materiali specifici usurabili	0
	n. ore previsto Tariffa oraria forfait 2000	2000
	n. ore previsto Tariffa oraria forfait 2000	2000
4	Compensi n. ore previsto Tariffa oraria forfait	0
	n. ore previsto Tariffa oraria forfait	0
	n. ore previsto Tariffa oraria forfaita	0
5	Pubblicità/promozione	4500
6	Viaggi e spostamenti	0
7	Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti	0
8	Tasse / SIAE	0
9	Rimborsi spese - Specificare 0	0
10	Assicurazione	0
11	Altro 1 - Specificare SPESE TELEFONICHE	400
12	Altro 2 - Specificare BUONI PER PREMI	1000
13	Altro 3 - Specificare	0
14	Altro 4 - Specificare	0
15	Valorizzazione attività di volontariato	0
Totale A		10.500,00

18.2 Entrate esterne al territorio e incassi				
Voce di entrata		Importo Euro		
1	Finanziamenti di Enti pubblici esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali)		0	
2	Finanziamenti di Enti e attori privati esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali)		0	
3	Incassi da iscrizione		0	
4	Incassi di vendita		0	
Totale B			0,00	
DISAVANZO A - B			10.500,00	
18 Piano finanziario del progetto				
18.3 Entrate previste provenienti dal contesto del PGZ				
Voce di spesa		Importo Euro		
1	Finanziamenti di Enti pubblici del territorio di riferimento del PGZ membri del Tavolo (specificare quali) COMUNI DELLA TERZA SPONDA		5.250	
2	Finanziamenti di Enti pubblici del territorio di riferimento del PGZ non membri del Tavolo (specificare quali)		0	
3	Finanziamenti di Enti e attori privati del territorio (specificare quali)		0	
4	Autofinanziamento		0	
5	Altro - Specificare		0	
6	Altro - Specificare		0	
Totale			5.250,00	
Disavanzo		Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo	Entrate diverse	Contributo PAT
10.500,00 Euro		5.250 Euro	0,00 Euro	5.250,00 Euro
Percentuale sul disavanzo		50,00 %	0,00 %	50,00 %

