



Scheda di presentazione progetto del Piano Operativo Giovani (POG)

1. Codice Progetto

AGL_1_2017

2. Titolo del progetto

Progetto di piano 2017-18: per un PGZ diffuso

3. Riferimenti del compilatore

Nome	Francesco
Cognome	Picello
Recapito telefonico	0464 571711
Recapito e-mail	pianogiovanic9@gmail.com
Funzione	rto

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
<input checked="" type="checkbox"/> 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)

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

Comunità Alto Garda e Ledro

5.3 Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile

Riva del Garda

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) culturali e di promozione sociale

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 01/10/2016	Data di fine 30/11/2016
Organizzazione delle attività	Data di inizio 01/12/2016	Data di fine 28/02/2017
Realizzazione	Data di inizio 01/02/2017	Data di fine 31/12/2018
Valutazione	Data di inizio 01/06/2017	Data di fine 31/12/2018

8. Luogo di svolgimento

8.1 Dove si svolge il progetto?

Arco , Riva del Garda, e potenzialmente tutti i comuni facenti parte del PGZ



9 Ambiti di attività
9.1 In quale dei seguenti ambiti di attività ricade il progetto?
<input checked="" 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
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
<input checked="" type="checkbox"/> 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

X 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

X 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 mettere a punto un'immagine/brand/identità chiari del PGZ che possa essere maggiormente riconosciuta dai giovani
2 creare – moltiplicare occasioni per costruire/trovare nuovi orizzonti di senso, coinvolgendo maggiormente i giovani tramite l'istituzione di un team di sportello e di un tavolo giovani che siano attivi tutto l'anno e sviluppino una visione/pensiero sulle politiche giovanili locali
3 cogliere le reali domande che il mondo giovanile esprime sotto forma di aspettative, di desideri individuali e collettivi;
4 dare corpo a una rete collaborativa, operosa e duratura attivando le risorse (giovani e non giovani) presenti sul territorio
5 perseguire in modo consapevole e mirato il dialogo e la collaborazione intergenerazionale



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)

14. Descrizione del progetto

14.1 Descrivere brevemente il contesto e i bisogni affrontati

Il presente progetto nasce come esito dei percorsi e delle riflessioni avviate concretamente a inizio ottobre 2016 grazie alle due azioni più importanti previste nel progetto di piano 2016 e intitolato "Promozione del piano dei giovani" ovvero:

- attivazione della funzione sportello PGZ con l'individuazione di due operatori, un social media manager e un animatore di comunità,
- realizzazione del percorso formativo-partecipativo PER FARE UN TAVOLO in favore di giovani, gruppi informali, associazioni, altri enti e Tavolo del Confronto e della Proposta,
- valutazione degli esiti raccolti e ri-programmazione strategica a cura del Tavolo del Confronto e della Proposta.

In particolare il Tavolo del Confronto e della Proposta nell'incontro di valutazione e approvazione dei progetti del 21 dicembre 2016 ha valutato strategico e necessario per lo sviluppo del PGZ nei prossimi anni impegnare circa il 20% delle risorse annuali totali (140.000 euro tra finanziamento enti locali e finanziamento PAT) a un progetto di piano che curasse in modo rigoroso l'implementazione dello stesso.

Anche a dimostrazione del particolare interesse che nutre il PGZ Alto Garda e Ledro verso il presente progetto il 65% del suo costo totale viene sostenuto dai membri del Tavolo chiedendo alla PAT di sostenere solo il 35%.

Verrà ora brevemente ripercorso in forma di premessa le azioni e le riflessioni che hanno determinato e giustificano l'ideazione del presente progetto di piano.

Il servizio di sportello fisicamente inteso è stato attivo il giovedì e il venerdì dalle 17 alle 20 presso il Cantiere26 e ha avuto il compito di informare e supportare tutti coloro che avevano l'intenzione di presentare un progetto per il POG 2017. Oltre a ciò le due operatrici hanno lavorato in modo specifico su due diversi oggetti di lavoro:

- Francesca di 23 anni ha curato la gestione della pagina Facebook del Piano, realizzando un post quasi ogni giorno e curando in modo tecnicamente rigoroso la scrittura dei testi, la realizzazione di immagini/grafiche, la realizzazione di foto di alta qualità. Grazie al lavoro di Francesca da ottobre a oggi la pagina ha acquisito più di 100 "mi piace" indice del fatto che il PGZ ha cominciato ad avere sui social un'immagine maggiormente definita e una maggiore riconoscibilità.
- Stefania di 26 anni ha curato maggiormente la dimensione delle relazioni di persona anzitutto supportando i progettisti nella costruzione dei rispettivi progetti, ma anche seguendo in modo assiduo lo svolgimento dei progetti 2016 ancora in corso. Grazie al lavoro di Stefania da ottobre a oggi il Piano Giovani ha cominciato ad essere maggiormente presente nei luoghi di svolgimento dei progetti delle associazioni e in generale più disponibile in termini di tempo e di presenza in luoghi frequentati da giovani.



Infine lo sportello ha contribuito in modo fondamentale alla promozione, organizzazione e conduzione del percorso PER FARE UN TAVOLO, un percorso partecipativo che ha coinvolto i giovani e le Associazioni del territorio con lo scopo di individuare nuove modalità e opportunità per generare una maggiore partecipazione dei giovani alla vita del PGZ. Un percorso che quindi non dava volutamente spazio alle idee progettuali dei singoli (per le quali c'era il servizio di sportello) ma che invitava i presenti a "salire di livello" e riflettere e interrogarsi insieme sulle questioni/elementi a fondamento dei piani giovani.

Il percorso ha visto la realizzazione di 4 incontri:

1. "UNDERSTAND" - 27 OTTOBRE. Su orizzonte di senso e prospettive dei Piani Giovani con prof. Tiziano Salvaterra già assessore provinciale ideatore della legge istitutiva dei Piani Giovani di Zona trentini;
2. "OBSERVE" - 03 NOVEMBRE: panoramica sui diversi modi di funzionare dei tavoli degli altri Piani Giovani in trentino con la testimonianza dei protagonisti di tre buone prassi trentine: Tavolo PGZ delle Giudicarie Esteriori, Tavolo PGZ della Destra Adige, Network delle politiche giovanili del PGZ di Rovereto.
3. "IDEATE" - 10 NOVEMBRE. Tramite una metodologia partecipata e interattiva sono state raccolte idee e proposte intorno 5 macrotemi di riferimento inerenti il Tavolo:
 - a) I giovani dentro al tavolo del PGZ, b) Idee per far sì che i presenti e le loro associazioni possano lavorare insieme per promuovere la partecipazione giovanile, c) in che modo favorire un maggior dialogo tra le generazioni (giovani e adulti), d) in che modo facilitare il dialogo tra i giovani e la comunità nella quale vivono, e) come facilitare la presentazione e la fase di valutazione dei progetti per accedere al POG.
4. "PROTOTYPE" - 17 NOVEMBRE. L'ultima serata è stata riservata alla stesura di una proposta concreta da presentare poi al Tavolo istituzionale che si sarebbe tenuto successivamente. Si è lavorato su due idee fondamentali: a) costituire un tavolo per le politiche giovanili con un doppio livello: istituzionale e giovanile, b) realizzare un evento di promozione del PGZ con musica, cibo e sport, ovvero con iniziative che uniscono le diverse generazioni.

E' tramite questo percorso - l'organizzazione e realizzazione di una campagna promozionale per il nuovo bando del PGZ fatta non solo di manifesti cartacei e post su FB ma anche e soprattutto di incontri con le persone che non a caso è culminato nella costituzione di un TAVOLO GIOVANI - che ci si è resi conto di quanto cambi la natura del PGZ (da qui l'aggettivo "diffuso"), le sue stesse potenzialità, la sua capacità di prospettiva e di fare rete non appena si mette in secondo piano la distribuzione delle risorse e si mette al centro la generazione di pensiero e di reti.



Si è così giunti all'elaborazione di alcune ipotesi di lavoro che sono i pilastri di senso del presente progetto.

1) L'IDENTITÀ: senza un'identità chiara da comunicare, non solo in termini di immagine ma più in generale rispetto a tutto ciò che è racchiuso nel concetto di "brand" è difficile esprimere in modo chiaro e comprensibile la propria PROPOSTA DI VALORE. A causa di tale lacuna è facile avere l'impressione di ripartire da zero ogni anno rispetto allo spiegare a) cos'è il PGZ (a cosa mira, quali progetti rientrano, quali no, come funziona...) e b) al coinvolgere le persone (se la domanda di partenza è sempre la stessa: "come facciamo a coinvolgere maggiormente i giovani e la comunità nelle attività/progetti del PGZ?" la prima risposta è che il PGZ da un lato deve esprimere in modo chiaro, semplice e comprensibile cos'è, le sue peculiarità e dall'altro dev'essere altrettanto chiaro nel far capire cosa non è, ovvero di avere delle prerogative e degli scopi differenti rispetto ai luoghi dell'educazione formale (le scuole), dello sport, dell'intrattenimento/divertimento, della formazione individuale...).

2) LA VISIONE: a partire dalla consapevolezza che per agire bisogna conoscere e per conoscere bisogna approfondire e confrontarsi con altri soggetti, soggetti che spesso non si conoscono ancora, l'elaborazione costantemente aggiornata di una visione locale sul nesso giovani-territorio, (non astratta ma concreta e contestualizzata, dalla quale si definiscano priorità, metodologie e criteri) dev'essere un elemento di metodo indispensabile, in mancanza del quale si rischia, per quanti sforzi si facciano, di rimanere sempre molto ancorati agli aspetti burocratico-formali. Punto di partenza è l'assunto che finché non ce lo si domanda e finché non si fa qualche indagine non è possibile conoscere come stanno le cose e cosa bisognerebbe fare. E le opinioni personali di ciascuno, anche di chi il settore lo conosce, sono sempre parziali.

3) LA CONTINUITÀ: se il PGZ vuole essere qualcosa di più di un mero fondo/bando di finanziamento (e questo è l'orizzonte di senso/la prospettiva verso cui hanno sempre mosso i percorsi formativi e di ricerca organizzati dall'Ufficio provinciale, orizzonte di senso che in parte viene richiamato nel nuovo Atto di Indirizzo e coordinamento della Politiche Giovanili approvato con Delibera n.189 del 22/02/2016) deve essere attivo tutto l'anno – senza interruzioni - indipendentemente dal ciclo di vita del POG;

4) PERSONE ED ESPERIENZE CHE VANNO OLTRE IL POG: i soggetti che il PGZ/Tavolo deve cercare di coinvolgere sono soggetti che parteciperanno al PGZ non solamente e non anzitutto perché esiste il POG che può finanziare le loro idee, ma perché sono di per sé interessati a costruire politiche giovanili e trovano nel PGZ/Tavolo un luogo peculiare in cui con altre persone – anzitutto giovani che come loro hanno questo motivazione intrinseca – possono riflettere sul RUOLO DEI GIOVANI IN QUESTO TERRITORIO.

(Tale motivazione si vede quando i singoli accantonano le idee progettuali con le quali sono arrivati in favore di idee nuove maggiormente condivise emerse grazie al confronto con gli altri. Ciò significa che il processo è stato in grado di mettere maggiormente in rilievo le questioni anziché le singole idee progettuali di partenza)

A ciò deve legarsi il riconoscimento che il PGZ – che non fa mero intrattenimento – lavora con le minoranze, minoranze attive e motivate, proponendo esperienze piuttosto intense, dense, intellettualmente impegnative perché non ordinarie. E secondo questa logica conta maggiormente la profondità rispetto alla quantità: il numero di persone coinvolte non dev'essere il metro principale per valutare il successo di un progetto del PGZ.

Pertanto non è realistico pensare che il target del PGZ sia tutta la popolazione (giovanile in primis ma non solo).

Tendenzialmente è una parte di popolazione che è alla ricerca, curiosa e aperta. Che in un qualche modo cerca già autonomamente l'incontro, il confronto, l'approfondimento, la ricerca e la scoperta, la visione, uno stile proprio, l'agire concreto, il piacere della condivisione, la voglia di crescere e di individuare la propria peculiare direzione.

Tendenzialmente queste persone sono disponibili a impegnarsi in qualcosa di concreto e di collettivo e a partecipare a percorsi volti a rendere migliore (in modo più o meno diretto) il proprio territorio/comunità.

5) IL DIALOGO GIOVANI-ADULTI: la collaborazione tra generazioni all'interno del PGZ dev'essere il metodo di lavoro irrinunciabile in quanto solo un'azione congiunta tra giovani adulti permette di produrre reali politiche giovanili. Quindi da un lato di offrire spazio, mezzi e opportunità di espressione ai giovani e dall'altro di rendere la comunità degli adulti maggiormente attenta, sensibile e propositiva verso i giovani. Sia i progetti (per i giovani) calati dall'alto dagli adulti sia i progetti ideati dai giovani senza prevedere un coinvolgimento importante del mondo adulto rischiano di avere poco impatto, non sufficientemente incisivi sul tessuto sociale e culturale.

In virtù di questi cinque punti ci è apparso opportuno e necessario attuare una sperimentazione biennale che fosse in grado di portare il PGZ a vincere queste sfide:

- 1) avere un brand chiaro in modo tale che il PGZ sia appunto un 'piano' con una propria vision, un proprio stile peculiare, una propria proposta di valore,
- 2) iniziare a elaborare un pensiero/visione sul nesso giovani-territorio che permetta di individuare delle linee di indirizzo annuali e dei criteri di valutazione dei progetti strategici,
- 3) essere operativo tutto l'anno (anzitutto in termini di incontri e comunicazione online),
- 4) favorire esperienze profonde e di qualità e consolidare delle relazioni forti e durature,
- 5) perseguire in modo mirato e non generico il dialogo e la collaborazione giovani/adulti.



Ci è parso scontato che l'organizzazione che poteva sorreggere un tale processo – complesso, a più voci e a più livelli, in una parola DIFFUSO - non potesse fare affidamento solamente sulla figura del referente tecnico organizzativo, il cui incarico - com'è noto - risulta quasi totalmente assorbito dalla gestione degli aspetti tecnico-amministrativi ed economici legati al ciclo di vita del POG (indizione bando, raccolta progetti, approvazione POG, attivazione contributi, monitoraggio dei progetti in corso, loro assistenza tecnica, visite "istituzionali", verifica rendicontazioni, liquidazione contributo, predisposizione di tutti i provvedimenti amministrativi necessari, formazione provinciale). Una mole di lavoro imponente considerato che il PGZ è molto grande contando il territorio della Comunità Alto Garda e Ledro 50.000 abitanti .

Ci è parso plausibile ritenere che il presente progetto - che ha delle forti caratteristiche di animazione/sviluppo di comunità dovendo generare esperienze articolare che siano in grado di toccare le persone e attivare dei processi costanti, mantenuti, coltivati, e delle reti salde e resistenti anche se al tempo stesso leggere - dovesse poggiare su più figure/organismi, ovvero:

- un TEAM di sportello,
- un TAVOLO GIOVANI, da mettere in stretto contatto con il TAVOLO DEL CONFRONTO E DELLA PROPOSTA ,
- un percorso annuale con incontri regolari e in cui i soggetti di sopra facciano "ricerca", analizzino, approfondiscano e formalizzino tutto ciò che è necessario per dare nuove basi al PGZ e che culmini in un EVENTO ANNUALE costruito sul focus del dialogo giovani-adulti.

Gli operatori dello sportello non ricopriranno le funzioni del referente tecnico organizzativo, ma renderanno possibile tale progetto=processo di sviluppo territoriale di cui il PGZ è il protagonista e che vede la moltiplicazione dei fronti su cui lavorare, degli organismi e delle reti .

Come il Team di sportello potenzia e amplia l'azione promozionale del PGZ verso il territorio e verso i principali stakeholder così il TAVOLO GIOVANI è il principale soggetto generativo di esperienze (quindi di brand) del PGZ e lavora sulle condizioni che rendono possibili queste esperienze:

- approfondire il nesso giovani-territorio, elaborare una visione e individuare delle linee di indirizzo da proporre al Tavolo istituzionale,
- sviluppare e ampliare la rete tra i soggetti delle politiche giovanili,
- essere in grado di parlare/mandare dei messaggi al territorio realizzando azioni concrete con valore anche promozionale,
- avviare un dialogo con il mondo adulto.

Pertanto il Tavolo Giovani potenzia, amplia e rende ulteriormente diffusa/partecipata la comunicazione del PGZ verso il territorio e la popolazione giovanile.

Un PGZ dotato di un team di sportello e di un Tavolo Giovani è un PGZ che moltiplica in modo esponenziale il proprio sguardo e la propria capacità di coinvolgere. Senza Tavolo Giovani anche il Team di Sportello rimarrebbe un dispositivo monco.

A sua volta anche il Tavolo Giovani ha come orizzonte cui guardare la popolazione giovanile del territorio e la comunità in generale.

Il TEAM DI SPORTELLLO avrà delle funzioni ben individuate :

- una regia con funzioni di coordinamento e programmazione,
- un responsabile della comunicazione (sia online sia cartacea) con competenze comprovate, under 29;
- uno sportellista/valutatore, risorsa dedicata alla promozione offline, al supporto del Tavolo Giovani, alla valutazione/valorizzazione dei progetti 2017, all'organizzazione e all'assistenza dei numerosi eventi in programma, anch'essa under 29.

Sarà fondamentale che il team possa contare su un mix di competenze che non possono essere possedute e messe in atto da una sola persona. Tanto più che - per quanto riguarda l'online - nell'era di FB la comunicazione andrà gestita e curata in modo rigoroso, con una quantità di tempo adeguata e con buone competenze specialistiche (e magari avendo la stessa età anagrafica del target che si cerca di coinvolgere) pena il non avere risultati degni di nota.

Inoltre una competenza che dovrà essere posseduta e più volte esercitata dal Team sarà quella di "event design", ovvero la capacità di proporre al territorio incontri ed eventi (come quelli promozionali del PGZ) pensati e allestiti dalla A alla Z (quindi capaci di competere pur nella loro diversità con i tanti eventi di qualità proposti ai giovani nel territorio, vedi il successo di un evento come Strike).

La peculiarità degli eventi del PGZ, che solitamente devono essere al tempo stesso profondi (no mero intrattenimento) e piacevoli, abbiano appeal impone la cura di tutta una serie di aspetti (concept, setting, time management, conduzione, gestione dei contenuti, pause, gestione dei relatori, momenti distensivi, ristorazione, capacità di rilancio a un prossimo evento...) che un team di tre persone potrà gestire in modo adeguato.

In coerenza con le linee sin qui presentate il presente progetto - anche in risposta agli spunti offerti dallo studio effettuato dal prof. Marco Franceschini per conto dell'Ufficio Politiche Giovanili PAT dei canali di comunicazione utilizzati dai PGZ trentini presentato il 15 novembre 2016 - prevede un piano di comunicazione organico che doti il PGZ di una brand identity efficace, di un sito web, di altri prodotti grafici e video, di una brochure promozionale, di flyer e manifesti.



In generale le risorse sono così allocate:
coordinamento team di sportello 3500 euro
social media manager 6500 euro
sportellista/valutatore 6500 euro
rimborso spese di sportello 600 euro
piano di comunicazione 5300 euro
tasse (ICA e SIAE) 500 euro
accompagnamento del Tavolo Giovani a cura di Studio Associato Tangram 2500 euro
Evento annuale di lancio per PGZ 2018: 1300 euro
altri formatori per fase promozionale PGZ 2018: 900 euro

Il 2018 prevede gli stessi costi per lo sportello per un totale di euro 17.100
per il tavolo giovani 1500 euro per l'accompagnamento e 6000 euro per il grande evento del PGZ che sarà organizzato dal Tavolo Giovani in parte già nel 2017
tasse SIAE/ICA 600 euro
per gli incontri promozionali di lancio del PGZ 2019 euro 1000
azioni di comunicazione per 2500 euro

INIZIO 14.2

L'avvio del progetto di piano "Per un PGZ diffuso" è previsto fin da inizio 2017.
Ovviamente non sono previste spese precedenti all'invio del POG agli uffici provinciali.

Il TAVOLO GIOVANI riprenderà gli incontri già in gennaio (per non perdere la continuità) avendo in programma un calendario fitto di incontri e di oggetti di lavoro.

Sono previsti da 1 a 2 incontri al mese. Visto il programma è probabile che il Tavolo si riunisca circa ogni due settimane per un totale di circa 24 incontri annuali.

A supporto dei lavori del Tavolo Giovani ci sarà l'RTO e gli operatori di sportello. Uno dei due operatori avrà in particolare il compito di fornire un servizio di segreteria organizzativa del Tavolo.

L'obiettivo 2017 delle azioni sotto descritte è avviare nel migliore dei modi il nuovo Tavolo Giovani dell'Alto Garda e Ledro affinché sia efficace e possa durare nel tempo.

1. **COSTRUIAMO IL TAVOLO** : saranno co-definita l'identità del Tavolo Giovani, i suoi componenti, le figure di supporto e il suo ruolo/scopo nel territorio. Si tratterà di un'azione che fisserà la cornice all'interno della quale il gruppo andrà a lavorare in futuro e grazie alla quale il Tavolo Giovani saprà in che modo rapportarsi con il tavolo istituzionale, i giovani e le istituzioni locali. Questa fase richiederà almeno 2 incontri specifici e il prodotto concreto che ne uscirà sarà un regolamento scritto e condiviso da tutti i componenti.
2. **BRAND IDENTITY**: in linea con gli obiettivi del Piano Giovani, del progetto sportello e del piano di comunicazione, il Tavolo contribuirà all'identificazione della futura Brand Identity del PGZ Alto Garda e Ledro. L'obiettivo è lanciare un messaggio comune e migliorare la promozione delle opportunità e delle politiche giovanile legate al PGZ e, d'ora in poi, anche legate al Tavolo Giovani.
3. **MISSION E VISION**: ovvero la condivisione degli obiettivi e dei valori di fondo che si vuole dare il nuovo Tavolo giovani e, legato a questo, la strategia che sceglie di adottare, il metodo di lavoro da utilizzare. Si tratta di un'aspetto fondamentale per chiarire in che modo questo Tavolo vorrà fare politiche giovanili, su quali aspetti vorrà essere incisivo.
4. **MONITORAGGIO DEI PROGETTI DEL PIANO GIOVANI 2017**: un ruolo importante di interfaccia con i progetti che saranno inseriti nel POG 2017 emerge già dalle prime fasi di ideazione di questo nuovo tavolo giovani ed è attualmente condiviso anche dal Tavolo istituzionale. Si tratta di un valore aggiunto sia per i progettisti, che saranno più coinvolti e avranno dei riferimenti "alla pari", che per il Tavolo per le politiche giovanili, che avrà uno occhio privilegiato sull'andamento delle azioni. Per attivarsi in tal senso il tavolo giovani dovrà prima individuare gli strumenti e il metodo con il quale portare avanti il monitoraggio e la valutazione dei progetti.
5. **DEFINIZIONE DI LINEE DI INDIRIZZO E CRITERI DI VALUTAZIONE DEI PROGETTI**: uno degli aspetti più delicati e incisivi del Piano Giovani di Zona sono i criteri di valutazione dei progetti che vengono utilizzati per valutare e poi, eventualmente, approvare i progetti presentanti. La volontà è che il tavolo giovani avvi una seria riflessione per capire se mantenerli, modificarli o integrarli, in coerenza con le linee di indirizzo e le priorità emerse dalle riflessioni condivise tra il tavolo giovani e quello istituzionale.
6. **DAR VITA A UN EVENTO DI POLITICHE GIOVANILI**: per sancire la propria nascita e farsi conoscere sul territorio, la volontà del Tavolo Giovani è quella di organizzare e dar vita ad un evento di politiche giovanili che riesca a creare una rete tra le associazioni giovanili e i gruppi attivi sul territorio (attualmente poco presente), favorisca una maggior conoscenza dei giovani nella propria comunità e promuova un maggior dialogo intergenerazionale.



14.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.

Il PIANO DI COMUNICAZIONE sarà definito e messo in atto non appena possibile in contemporanea con l'attivazione del team di sportello. Le azioni saranno volte a colmare le lacune che il Piano Giovani di Zona presenta sul piano della comunicazione, in particolare dovute ad una scarsa "identità visiva". Per aumentare la riconoscibilità, la diffusione di informazioni e della stessa immagine del Piano sul territorio, si rende necessario un preciso progetto di restyling grafico e di creazione contenuti, a cominciare dalla creazione di una Brand Identity, tramite lo studio attento di target, competitors e la precisa definizione di un concept. Su questa nuova identità sarà basata tutta la comunicazione, da quella sul web a quella cartacea. Di conseguenza verrà creato:

- il sito e aggiornato con relativi contenuti per il web (locandine, video, fotografie, articoli),
 - materiali cartacei (libretto informativo del Piano Giovani, la brochure dei progetti del Piano Giovani Alto Garda e Ledro 2017, flyer e manifesti).
- La social media manager si occuperà di vigilare sull'intero percorso e di rendere concreta l'azione di comunicazione, attraverso la progettazione sistematica e la pubblicazione online di precisi contenuti, frutto della collaborazione in team

Il TEAM di SPORTELLO sarà attivato non appena possibile e dovrà iniziare fin da subito a lavorare a pieno regime. L'obiettivo è che sia attivo tutto l'anno nelle varie fasi di vita del Piano Giovani, a seconda del periodo (dalla progettazione allo svolgimento fino all'organizzazione dell'evento finale. I suoi principali oggetti di lavoro saranno:

- SUPPORTO TAVOLO GIOVANI: offrire il massimo supporto e facilitare il più possibile i lavori del Tavolo Giovani, anzitutto presenziando agli incontri ,
- PIANO DI COMUNICAZIONE: definire, attuare e gestire il piano di comunicazione portando a compimento ogni azione prevista,
- VALUTAZIONE: attuare un'azione costante di valutazione in itinere (almeno un incontro ogni due settimane) dell'andamento del presente progetto nelle sue varie azioni sperimentali, dei progetti in corso (azioni mirate a mettere in connessione i progetti a partire dalla comunicazione ma non solo), del grado di perseguimento degli obiettivi stessi del Team di Sportello (con affondi sulle varie criticità e opportunità che emergono nel percorso),
- EVENTI PGZ: organizzare e realizzare tutti gli eventi del PGZ (se ne prevedono quasi una cinquantina): incontri Tavolo Giovani, incontri con i progettisti (progetti approvati 2017 e progetti candidati 2018), incontri formativi per bando 2018, incontri per progetto di rete 2017 se approvato, evento 2017 del Tavolo Giovani, altri incontri/eventi che dovessero rivelarsi necessari (ad esempio come richiesto dall'Assemblea della Comunità saranno realizzati due incontri promozionali per il progetto PROMEMORIA AUSCHWITZ),
- NUOVI PROGETTISTI: offrire il massimo supporto ai nuovi progettisti per il bando 2018 tramite uno sportello vero e proprio presso il Cantiere 26 che si prevede sia aperto almeno un pomeriggio alla settimana da settembre a novembre.

Vi sarà una funzione di supervisione e coordinamento del team che potrà essere ricoperta del referente tecnico organizzativo.

La figura dell'Operatore di sportello Piano Giovani Alto Garda e Ledro, nelle due espressioni di Sportellista/Valutatore e Social Media Manager, si realizza nel lavoro di Team, secondo le specifiche competenze di ognuno, in vista degli obiettivi generali condivisi e della specificità dei risultati attesi.

Le due figure, con mansioni e peculiarità differenti ma complementari, dovranno essere pronte a lavorare in stretto contatto. Gli elementi imprescindibili della collaborazione saranno la creazione e il mantenimento:

- di un'immagine univoca del PGZ,
- di una rete di contatti personali e online in crescita.

SOCIAL MEDIA MANAGER

Funzioni specifiche:

- aumentare la partecipazione della popolazione giovanile alle iniziative del Piano Giovani di Zona tramite l'implementazione e la gestione della pagina Facebook "Piano Giovani Alto Garda e Ledro" (@giovani.altogardaenedro);
- sostenere i progettisti nella promozione online del progetto stesso e degli eventi ad esso correlati al fine di aumentarne il numero di iscritti e fruitori;
- collaborare nella promozione e organizzazione ex ante degli eventi rappresentativi del Piano Giovani finalizzati a mantenere acceso l'interesse nei suoi confronti;
- documentare uno o più eventi e incontri in programma, realizzando foto e materiale audiovisivo da pubblicare sulla pagina Facebook del Piano;
- promuovere ex post gli eventi legati al Piano Giovani attraverso la creazione di materiale grafico destinato alla stampa e/o alla pubblicazione sulla pagina Facebook del Piano.
- curarsi della regia di tutte le azioni previste nel piano di comunicazione: brand identity, realizzazione sito, realizzazione materiali promozionali come brochure, foto, video facendo da punto di riferimento per i professionisti e lavorando con loro in stretto contatto.



14.3 Descrivere brevemente i risultati attesi

segue 14.2

SPORTELLISTA/VALUTATORE

Funzioni specifiche:

- curare la segreteria organizzativa del Tavolo Giovani: comunicare gli ordini del giorno, verbalizzare gli incontri, stendere piani d'azione, gestire le comunicazioni, coordinare i lavori dei vari membri del Tavolo, supportare tutte le azioni messe in campo dal Tavolo, tutto ciò in stretta collaborazione con lo Studio Associato Tangram,
- essere referente di tutti gli aspetti organizzativi dei numerosi incontri ed eventi che saranno organizzati, ovvero si occuperà della logistica (prenotazione sale, strumentazioni, allestimento dell'ambiente,...) della promozione sul territorio (distribuzione locandine e flyer), terrà i contatti con i relatori e gli ospiti, preparerà eventuali materiali. L'organizzazione dell'evento annuale del PGZ costituirà un carico lavorativo molto elevato (si prevedono almeno 3 settimane full time). Tutti gli eventi e gli incontri qui richiamati non sono gli incontri e gli eventi propri dei progetti 2017 ma sono quelli direttamente organizzati dal PGZ attraverso lo sportello.
- in settembre-ottobre almeno 4 ore la settimana supportare i nuovi progettisti nel processo di focalizzazione della propria idea progettuale 2018 (a livello di scheda idea, non del modello A2 che è maggiormente tecnico e per il quale sarà attivato specifico percorso formativo) chiarendo le linee di indirizzo annuali, fornendo spunti e contatti,
- distribuire nel territorio tutti i materiali promozionali cartacei elaborati (brochure, locandine, flyer...).

PROMOZIONE/LANCIO DEL PGZ 2018

Non appena pubblicato il bando del PGZ 2018 - che sarà costruito in coerenza con le linee di indirizzo e i nuovi criteri di valutazione- potrà iniziare il ciclo di incontri promozionali e formativi per l'ideazione e costruzione dei progetti 2018. L'orientamento - analogamente a quanto accade in altri PGZ - è di rendere la presentazione della scheda idea obbligatoria e di far seguire un percorso formativo in progettazione che accompagni ciascun progettista (che ha superato la prima fase) nella costruzione dettagliata del progetto.

All'inizio o al termine della fase di progettazione potrà tenersi l'evento annuale organizzato dal Tavolo Giovani.

14.3

Risultati attesi

GENERALE

Il PGZ ha acquisito un'identità visiva chiara, il territorio ha compreso la funzione e le peculiarità del PGZ, i progetti proposti sono maggiormente coerenti con le linee di indirizzo del PGZ, i giovani che hanno le caratteristiche immaginate aderiscono spontaneamente ai progetti.

E' stata elaborata una visione locale sulle politiche giovanili.

Il PGZ è stato pubblicamente attivo almeno da marzo-aprile fino a dicembre.

Il target di partecipanti agli eventi del PGZ è diventato maggiormente omogeneo (nel senso che partecipa soprattutto chi ha capito cos'è il PGZ e quali sono i suoi scopi).

Le esperienze che le persone fanno partecipando agli incontri, appuntamenti ed eventi del PGZ sono coerenti con il brand.

E' stato attivato un dialogo tangibile giovani-adulti .

TAVOLO GIOVANI

Formalizzato il regolamento.

Raggiunti un minimo di 12 iscritti under 35.

Individuata una mission e delle metodologie di funzionamento del tavolo (inclusa la connessione con il Tavolo istituzionale).

Redatte delle linee di indirizzo e dei nuovi criteri di valutazione dei progetti.

Realizzato evento annuale con particolare focus su intergenerazionalità.

Realizzate altre azioni finalizzate a incrementare il dialogo giovani -adulti.

Potenziata la promozione e la conoscenza del PGZ nel territorio.

PIANO DI COMUNICAZIONE

Realizzata brand identity con manuale.

Realizzato sito web.

Realizzata brochure promozionale progetti 2017.

Realizzate locandine e flyer promozionali per progetti e/o eventi.

Realizzati immagini, foto e video promozionali.



TEAM DI SPORTELLO

Social Media Manager:

1. Aumentate le interazioni e i likes sulla pagina Facebook;
2. favorita la partecipazione ai progetti 2017
3. ottenuta una buona partecipazione agli eventi programmati grazie alla promozione online
3. Creata un'immagine coerente del PGZ e più vicina al mondo giovanile, grazie alla collaborazione con gli addetti alla comunicazione;
4. Mantenuta una rete di contatti grazie a un'informazione online indirizzata al contesto giovanile.

Sportellista/Valutatore

1. Fornito supporto costante e puntuale al Tavolo Giovani
2. Eventi realizzati preparati in modo adeguato, di qualità e con buoni riscontri da parte dei partecipanti
3. i proponenti nuovi progetti hanno ricevuto un utile orientamento preliminare alla compilazione del modello A2, diminuisce la percentuale di progetti non pertinenti inviati
4. distribuiti in modo completo e omogeneo nel territorio i materiali promozionali

PGZ 2018 - PROGETTI 2018

Progetti ben costruiti, maggiormente sinergici e orientati a una priorità comune.

14.4 Abstract

Il progetto di piano biennale "Per un PGZ diffuso" darà ai giovani maggiore spazio di proposta e strumenti operativi efficaci per ridefinire l'identità del Piano, le sue linee di indirizzo e le sue modalità di funzionamento. I soggetti principali di tale innovazione sono il team di sportello, il neocostituito tavolo giovani, il tavolo del confronto e della proposta, i progettisti e alcuni rappresentanti del mondo adulto. Un evento annuale metterà in luce i frutti di questo processo.

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

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 organizzatori 5



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 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 sportello: incontri di valutazione bisettimanali dello sportello

2 comunicazione: predisposizione di un set di indicatori di performance legati al piano di comunicazione e verifica trimestrale

3 tavolo giovani: incontro di autovalutazione in itinere e a fine 2017 secondo un set di indicatori concordati ex ante

4 incontro di verifica congiunto tra Tavolo istituzionale, Tavolo giovani e Team di sportello

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)	€ 0,00
4. Compensi n.ore previsto 87,5 tariffa oraria 40 forfait coordinamento e regia Casamia-Picello	€ 3500,00
4. Compensi n.ore previsto 325 tariffa oraria 20 forfait social media manager CasaMia-Musolino	€ 6500,00
4. Compensi n.ore previsto 325 tariffa oraria 20 forfait sportellista/valutatore CasaMia-Formisano	€ 6500,00
4. Compensi n.ore previsto 50 tariffa oraria 50 forfait accompagnamento Tavolo Giovani - Studio Tangram	€ 2500,00
4. Compensi n.ore previsto formatori e relatori tariffa oraria forfait	€ 900,00
5. Pubblicità/promozione	€ 1000,00
6. Viaggi e spostamenti	€ 0,00
7. Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti	€
8. Tasse / SIAE	€ 500,00
9. Rimborsi spese (specificare) spese benzina e telefoniche sportello	€ 600,00
10. Assicurazione	€
11. Altro 1 (specificare) realizzazione brochure PGZ 2017	€ 1300,00
12. Altro 2 (specificare) brand identity, restyling logo e realizzazione sito PGZ	€ 3000,00
13. Altro 3 (specificare) Evento annuale di lancio PGZ 2018	€ 1300,00
14. Altro 4 (specificare)	€
15. Valorizzazione attività di volontariato	€

Totale A: €27600,00



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	€
4. Incassi di vendita	€

Totale B: € 0,00

DISAVANZO (Totale A – Totale B)	€ 27600,00
--	-------------------

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	€ 17950,00
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)	€
4. Autofinanziamento	€
5. Altro (specificare)	€
6. Altro (specificare)	€

Totale: € 17950,00

Disavanzo	Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo	Entrate diverse	Contributo PAT
€ 27600,00	€ 17950,00	€ 0,00	€ 9650,00
percentuale sul disavanzo	65.0362 %	0 %	34.9638 %