



Scheda di presentazione progetto del Piano Operativo Giovani (POG)

1. Codice Progetto

VLG_1_2017

2. Titolo del progetto

PromoPiano! 2.0

3. Riferimenti del compilatore

Nome	nicola
Cognome	frizzera
Recapito telefonico	3928498035
Recapito e-mail	nicolafrizzera@gmail.com
Funzione	RTO valle dei laghi

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 della Valle dei Laghi

5.3 Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile

Vallelaghi

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) giovanili, musicali

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 01/12/2016	Data di fine 31/01/2017
Organizzazione delle attività	Data di inizio 01/02/2017	Data di fine 15/03/2017
Realizzazione	Data di inizio 15/04/2017	Data di fine 31/12/2017
Valutazione	Data di inizio 31/12/2017	Data di fine 31/12/2017

8. Luogo di svolgimento

8.1 Dove si svolge il progetto?

Valle dei Laghi



9 Ambiti di attività
9.1 In quale dei seguenti ambiti di attività ricade il progetto?
La formazione e la sensibilizzazione verso amministratori, genitori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri, al fine di accrescere i livelli di responsabilizzazione delle categorie di cui sopra verso i giovani cittadini, in qualità di figli ed utenti di servizi culturali, ricreativi o di altre attività
La sensibilizzazione alla partecipazione/appartenenza al proprio territorio ed all'assunzione di responsabilità sociale da parte dei giovani, anche prevedendo momenti formativi residenziali strutturati sul modello dei campus
X Attività di informazione, di indirizzo e di orientamento finalizzata a facilitare l'accesso alle opportunità offerte ai giovani ed a fornire prime risposte a richieste che i giovani o le loro famiglie manifestano anche in maniera individuale nei vari ambiti esistenziali: scuola, lavoro, socialità
L'apertura ed il confronto con realtà giovanili nazionali ed europee attraverso scambi o iniziative, basati su progettualità reciproche
Laboratori che vedano protagonisti i giovani nel campo dell'arte, della creatività, della manualità e della riflessione sulle grandi questioni del nostro tempo
Progetti che vedano il mondo giovanile protagonista nelle fasi di ideazione, gestione e realizzazione
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?
X 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? <i>Obiettivi legati ai giovani</i>
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)

<i>Obiettivi legati agli adulti e alla comunità in generale</i>
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.)
X Promuovere sinergie tra gli attori non istituzionali del territorio (famiglie, associazioni, gruppi, etc.)
Altro (specificare)

12. Obiettivi specifici 12.1 Quali sono gli obiettivi specifici (rispetto a quelli generali definiti nel punto 11) che il progetto si propone di raggiungere?
1 Promuovere le iniziative del Piano dedicate ai giovani e attivate sul territorio e la sinergia nella promozione tra le associazioni/gruppi/enti proponenti
2 Favorire la partecipazione dei giovani alle iniziative proposte, mediante la conoscenza dello strumento del Piano Giovani sui canali specifici per il target di riferimento (social, internet, ..)
3 Proseguire l'opera di promozione delle iniziative del Piano in un'ottica di "Brand"
4
5



13. Tipo di attività

13.1 Quali sono le attività principali che si prevede di realizzare con il progetto?

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

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

Dibattiti/incontri di discussione e confronto (su attualità, cultura...)

Eventi (convegni, concerti, ecc)

Visite a istituzioni / confronti - gemellaggi - scambi / campus

Animazione

Redazione giornalistica/Rivista

X Diffusione / promozione informazioni sui giovani

Altro (specificare)

14. Descrizione del progetto

14.1 Descrivere brevemente il contesto e i bisogni affrontati

Il Progetto "PromoPiano! 2.0" persegue l'obiettivo di promuovere lo strumento del Piano Giovani e le opportunità da esso offerte in Valle dei Laghi, in un'ottica di brand.

Tale iniziativa nasce con l'intento di proseguire l'opera di una promozione chiara del Piano Giovani quale strumento con cui stimolare l'attivazione giovanile; quest'esigenza è stata approfondita con il Tavolo nel corso del 2015 nel proporre il progetto "PromoPiano!" del PGZ Valle dei Laghi 2016, ed è stata successivamente ripresa anche nel corso del 2016. Grazie al progetto "PromoPiano!", infatti, nel corso dell'anno 2016 sono stati distribuiti ai partecipanti materiali e gadget che tramite il passaparola hanno permesso di rendere ancora più chiare le finalità del Piano e di farne conoscere il sito internet, che nel corso del 2016 ha visto oltre 1200 accessi. Oltre a questo, si è raggiunto anche l'obiettivo di dotare il Piano Giovani della Valle dei Laghi di una campagna promozionale coerente e unitaria, in modo da veicolare il Piano quale brand con cui identificare le iniziative in esso contenute. L'obiettivo può dirsi raggiunto, in quanto sono stati prodotti dei materiali promozionali che hanno permesso di promuovere le singole iniziative come prodotti specifici di un "contenitore" più ampio quale il Piano Giovani; inoltre, l'uso dei social media come strumento principale di comunicazione ha permesso il raggiungimento di un audience e di un target di giovani della Valle molto specifico ma allo stesso tempo ampio, con picchi di oltre 1500 visualizzazioni dei singoli post, contro i circa 250 dei post non a pagamento, a seconda della singola iniziativa. Altro dato di notevole rilevanza è la media di visualizzazioni per i post facebook sul periodo: mentre nel 2015, senza post a pagamento, si raggiungeva una copertura media di circa 27 visualizzazioni, nel corso del 2016, la copertura media è triplicata, con 79 visualizzazioni medie nell'ultimo anno. Tale opera di promozione ha permesso inoltre di incrementare il numero di idee raccolte per il POG 2017, coinvolgendo nuovi attori e associazioni e incrementando anche le visualizzazioni dei nuovi canali social proposti dal Piano nel corso del 2016, quali youtube ed instagram, e permettendo ai progetti di incrementare le presenze anche in occasione degli eventi di restituzione, come nel caso del progetto Giovani@Istituzioni, con oltre 50 persone presenti all'evento finale. Non va però dimenticato che lo strumento principale di promozione del Piano è il passaparola (es. 40% delle iscrizioni a Giovani@Istituzioni), seguito poi dai social network e dal sito internet del Piano. Il passaparola funziona anche grazie alla produzione di gadget e volantini distribuiti ai partecipanti ai progetti e/o in occasione di eventi specifici (es. restituzione dei progetti). In quest'ottica, si vuole quindi proseguire la positiva esperienza, potenziando ciò che ha funzionato e incrementando la sinergia con i progettisti nella promozione delle iniziative del 2017.



14.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.

Sulla base del contesto e degli obiettivi descritti precedentemente, ed in linea con le linee ultime indicazioni provinciali in tema di comunicazione dei Piani Giovani, il progetto prevede, analogamente al 2016, due principali componenti di attività e spese, ossia:

- 1) promozione via web
- 2) promozione in eventi/momenti specifici dell'anno (es. presentazione progetti POG, caccia alle idee,...) specifici e nel corso dei progetti con gadget e brochure.

In linea con i risultati del 2016, si vuole potenziare ulteriormente la componente social e web, riducendo la stampa di brochure e gadget, che viene però ancora utilizzata per la promozione delle iniziative del Piano (brochure di presentazione di tutti i progetti e caccia alle idee del Piano) e in occasione dell'invio della cartolina per l'attivazione dei tirocini estivi di #LavoroGiovane 2017 o di altre iniziative specifiche quali le progettualità sviluppate in sinergia con il Distretto Famiglia (es. sentieri family-friendly): secondo le statistiche dei progetti 2016 del Tavolo del confronto e della proposta, infatti, è emerso come la cartolina spedita a casa e la locandina e brochure abbiano ancora una certa efficacia (es. 35% delle iscrizioni a #LavoroGiovane 2017 provenienti da questi canali), oltre a promuovere la visita del sito internet del Piano Giovani. Inoltre, la produzione di una brochure di presentazione di tutti i progetti da distribuire ai progettisti e nei luoghi più di passaggio della Valle, permettono il riconoscimento del logo del Piano Giovani, e l'approfondimento delle iniziative alle quali ci si può iscrivere mediante il sito web del Piano. Tali interventi si inseriscono anche nel tentativo di intercettare i giovani della Valle nei luoghi di presenza, fisici e virtuali, considerando l'assenza di luoghi di aggregazione formali.

Per la parte online, si prevede quindi la promozione su social network con target ben definito delle iniziative del Piano, il mantenimento del sito web (50 €) e altre forme di pubblicità gratuite (newsletter, twitter, linkedin, pubblicazione news sul sito web, video youtube e foto instagram), mentre per la parte di promozione con mezzi tradizionali si prevede invece la produzione di una brochure comprendente tutti i progetti del Piano 2017 e di locandine da appendere nei luoghi più significativi della Valle dove vi è la presenza o il passaggio di giovani (locali, bacheche, sedi istituzionali, biblioteche). Inoltre, per il progetto del Tavolo #LavoroGiovane 2017 saranno prodotte delle cartoline inviate a casa dei giovani che presenteranno al contempo il Piano ed il suo funzionamento, nell'ottica di incrementare la visibilità del Piano stesso veicolando l'indirizzo del sito web del Piano, e delle locandine. Costo totale promozione cartacea e web: 1500 €, inclusa cartolina promozione #LavoroGiovane 2017; Costi di affissione (tasse Comuni): 50 €.

Si intende inoltre proseguire l'opera di potenziamento della rete di contatti con le associazioni locali e i progettisti comunicando le iniziative e favorendone la diffusione anche tramite il passaparola. Visto il successo del 2016, si prevede quindi la distribuzione di gadget mirati ai partecipanti dei progetti del Piano, in un'ottica di costruzione di un brand riconoscibile e condiviso. Si prevede quindi di distribuire ai partecipanti dei progetti o in occasione di eventi specifici materiali legati alle attività portate avanti all'interno dei progetti del Tavolo (quaderni, penne, borse in tela, eventuali alimenti incontri progetti Tavolo ... costo totale 500 € tra materiali usurabili e gadget).

Si intende inoltre proseguire l'integrazione della promozione delle singole iniziative, ad opera dei progettisti, proseguendo nel far rispettare e approfondire le linee guida rispetto alla comunicazione delle iniziative del Piano (presenti sul sito internet del Piano), che prevedono una restituzione delle attività sul sito web del Piano Giovani, inserendo immagini e/o testi relativi alle attività svolte o la produzione di video dedicati.

Analogamente alla prima edizione, il progetto sarà seguito a titolo gratuito dal Referente Tecnico-Organizzativo e da quello Istituzionale, per quanto riguarda la parte di progettazione e realizzazione, oltre che da alcuni membri volontari del Tavolo del confronto e della proposta. Non sono previsti compensi.

14.3 Descrivere brevemente i risultati attesi

Il progetto si propone di raggiungere i seguenti risultati:

- unificare le iniziative sotto il "brand" del Piano Giovali Valle dei Laghi
- Maggiore visibilità per il Piano Giovani e incremento della partecipazione giovanile alle iniziative previste
- diffusione capillare sul territorio della Valle delle iniziative del Piano Giovani
- incremento impatto promozione globale rispetto ad una promozione sui singoli progetti



14.4 Abstract

Progetto che prevede la realizzazione di un piano di promozione unitario delle iniziative del Piano Giovani Valle dei Laghi 2017, favorendo la diffusione capillare sul territorio di volantini promozionali e pubblicità via social network sotto un unico brand.

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

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 2

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)

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 8



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

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

Tutta la cittadinanza

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

Adolescenti 15-19 anni

Giovani 20-24 anni

Giovani 25-29 anni

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

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

Altro (specificare)

Numero fruitori 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	Questionario ai partecipanti dei progetti del Piano (domande relative a come hanno conosciuto l'iniziativa)
2	
3	
4	
5	

18. Piano finanziario del progetto	
18.1 Spese previste	
Voce di spesa	importo
1. Affitto sale, spazi, locali	€
2. Noleggio materiali e attrezzature (specificare)	€
3. Acquisto materiali specifici usurabili (specificare) bloc notes partecipanti, altri materiali promozionali, alimenti incontri	€ 300,00
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait	€
5. Pubblicità/promozione	€ 1500,00
6. Viaggi e spostamenti	€
7. Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti	€
8. Tasse / SIAE	€ 50,00
9. Rimborsi spese (specificare)	€
10. Assicurazione	€
11. Altro 1 (specificare) gadget partecipanti Piano Giovani (borsa tela, quaderno,...)	€ 200,00
12. Altro 2 (specificare) rinnovo sito internet Piano Giovani	€ 50,00
13. Altro 3 (specificare)	€
14. Altro 4 (specificare)	€
15. Valorizzazione attività di volontariato	€

Totale A: €2100,00



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)	€2100,00
--	----------

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) Comunità di Valle, Comuni di Vallelaghi, Madruzzo e Cavedine	€ 1050,00
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)	€ 0,00
4. Autofinanziamento	€
5. Altro (specificare)	€
6. Altro (specificare)	€

Totale: €1050,00

Disavanzo	Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo	Entrate diverse	Contributo PAT
€ 2100,00	€ 1050,00	€ 0,00	€ 1050,00
percentuale sul disavanzo	50 %	0 %	50 %