



PianoGiovani
Valle dei Laghi

SCHEDA DI RENDICONTAZIONE PER I PROGETTI APPROVATI DAL PIANO GIOVANI VALLE DEI LAGHI

Nota metodologica: i rendiconti sono valutati dal Piano Giovani raffrontandoli con la scheda di presentazione approvata (in particolare obiettivi, attività programmate, risultati attesi, piano finanziario). Si consiglia vivamente di compilare la rendicontazione dopo aver riletto la scheda di presentazione.

TITOLO PROGETTO

Valle dei Laghi community network

RIFERIMENTI DEL RESPONSABILE DEL SOGGETTO RESPONSABILE

(Nome, cognome, telefono, e-mail)

Mario, Rossi, 355 123456, m.rossi@geil.it

DATI DEL SOGGETTO ATTUATORE

(Denominazione, indirizzo sede, legale rappresentante, C.F. o P. iva, e-mail)

Associazione Lake Valley, sede in via Roma, 123, Madruzzo

Presidente Mario Rossi

C.F. 0203945, ass.lakevalley@geil.it

DATA INIZIO E FINE DI REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITA'

(Dalla data di inizio programmazione alla data di valutazione finale)

Dal 10 settembre 2019 al 10 novembre 2019

LUOGO O LUOGHI DI SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITA'

Sala Pizzini, Comune di Madruzzo / Circolo Apeiron, Vezzano

DESCRIVI LE ATTIVITA' SVOLTE

(Cosa è stato fatto: quantifica gli incontri svolti e il numero di partecipanti, specificane le spese. Se il progetto lo prevedeva suddividi in fasi. Per un eventuale evento/eventi principali previsti Indica luogo, data, programma, numero e tipologia dei fruitori, spese)

PRIMA FASE

Cosa avete fatto?

5 incontri di formazione/laboratorio della durata di 3 ore ciascuno e rivolti ai partecipanti attivi. Sono intervenuti 2 esperti.

Numero di partecipanti: 15

Descrivi gli incontri svolti:

1. Incontro di conoscenza e presentazione del progetto (presso Sala Pizzini in data 10/09/19)
2. Secondo incontro su strategie di base di comunicazione e marketing (presso Sala Pizzini in data 20/09/19)
3. 2 incontri di affiancamento (01/10/19 e 15/10/19) del gruppo di partecipanti attivi che, tramite la tecnica del "learning by doing" ha sviluppato un piano di comunicazione efficace studiato sulle proprie necessità per comunicare le attività delle associazioni giovanili della Valle dei Laghi.
4. Verifica contenuti multimediali elaborati e abilità acquisite e creazione di un sito web

“Magazine della Valle dei Laghi” in forma di blog-editoriale in cui pubblicare quanto prodotto oltre a news e approfondimenti sulle attività delle associazioni della Valle, del Piano giovani e di chi vorrà in futuro aderire al “Valle dei laghi community network”.

Al termine dell’incontro questionario di valutazione/gradimento del percorso formativo. Questo incontro si è svolto in data 29/10/19.

Quanto è stato speso? Per cosa?

L’esperto Tizio ci ha fatto la formazione (primi 2 incontri) sul marketing e comunicazione e sulle buone pratiche per gestire una rete eterogenea di associazioni del territorio. Il compenso per Tizio è stato di euro 150,00.

L’esperto Caio ha tenuto i restanti 2 incontri-laboratoriali su tecniche di elaborazione video-grafica e web-marketing per un costo pari a euro 200,00 ed euro 150,00 di spese per materiale necessario alle attività previste (noleggio videocamera, materiali cartoleria (fogli, pennarelli, post-it), noleggio microfono.

70,00 euro sono stati spesi per l’acquisto del dominio per il portale wordpress funzionale ad ospitare il “Magazine della Valle dei Laghi”.

Incassi da iscrizione: 150,00 euro (ai partecipanti è stato chiesto un contributo di 10,00 euro per l’iscrizione al percorso formativo)

L’evento intitolato “Presentazione Magazine della Valle dei Laghi” si è svolto il 10 novembre presso il Circolo Apeiron a Vezzano.

Hanno partecipato circa 100 persone, circa la metà erano under 35.

Programma:

- 18.00 Saluti istituzionali e presentazione del percorso fatto da parte dei partecipanti attivi
- 18.30 Presentazione del portale web realizzato e proiezione dei contenuti multimediali prodotti dai partecipanti.
- 19.15 Apericena a buffet
- 20.00 Tavola rotonda tra associazioni della Valle dei Laghi moderata dal giornalista locale A. Faustini
- 21.30 Dj set

Spese sostenute:

SIAE 140 euro

Buffet/Apericena: Panificio “Pan e focaccia” 150,00 euro

Service audio e luci: ServiceSound 350,00 euro

Moderatore: 80,00 euro

Dj set: Dj Ale 120,00 euro

COME E' STATO PUBBLICIZZATO IL PROGETTO

(Azioni di comunicazione: quali mezzi e strategie di comunicazione sono stati utilizzati, inserire dati quantitativi dove possibile: es. sono stati distribuiti 1000 volantini, organizzati 2 incontri di presentazione aperti alla cittadinanza etc.)

Esempio:

Materiale cartaceo prodotto e distribuito:

- n. 1000 flyer A5
- n. 50 locandine 50x70
- n. 500 flyer A5 (per la promozione dell'evento finale)

Costo grafico: 200,00 euro

Costo tipografia: 150,00 euro

Promozione online:

- Evento Facebook
- Mail e whatsapp

Costo campagna fb: 20 euro

Comunicati stampa inviati a quotidiani locali:

due: il primo per promuovere il progetto e gli incontri previsti, il secondo per promuovere l'evento.

Contatti con le associazioni locali o altre reti:

- Mail informativa ad associazioni locali e comunicazioni personali tramite whatsapp

CON QUALI SOGGETTI LA COLLABORAZIONE E' STATA IMPORTANTE E PROFICUA?

(Partenariati attivati con altre associazioni, altri enti che hanno portato un valore aggiunto, etc...)

Con l'associazione "Videomakers VdL" che ha partecipato a 2 laboratori e all'evento finale effettuando alcune riprese e montando un video finale di restituzione del progetto. Inoltre alcuni componenti dell'associazione hanno partecipato all'evento finale e dato una mano in generale nella promozione del progetto e delle attività previste.

RIPRENDEDO GLI OBIETTIVI E I RISULTATI ATTESI DEL PROGETTO FAI UN BILANCIO

(Quali sono i risultati che sei contento di aver ottenuto e che cosa invece non si è verificato?)

/ Consiglio: puoi copia-incollare gli obiettivi specifici indicati nella scheda progettuale di presentazione e per ogni singola voce specificare i risultati ottenuti)

- PROMUOVERE E TRASMETTERE COMPETENZE IN AMBITO DI COMUNICAZIONE E MARKETING CONNESSE ALLO SVILUPPO DI UNA RETE LOCALE DI ASSOCIAZIONI GIOVANILI (E NON).

Grazie agli incontri del percorso formativo realizzato i giovani hanno potuto acquisire competenze in ambito di comunicazione e marketing spendibili in diversi ambiti socio-culturali e funzionali anche alla crescita professionale del singolo giovane. Il coinvolgimento di giovani

professionisti con diverse esperienze nell'ambito delle politiche giovanili e socio-culturali ha favorito la partecipazione dei giovani agli incontri previsti e la costruzione di un buon clima e affiatamento tra il gruppo che si è creato.

- FAVORIRE LA NASCITA DI BUONE PRATICHE DI COMUNICAZIONE e COLLABORAZIONE TRA ASSOCIAZIONI GIOVANILI DEL TERRITORIO

La messa in gioco in prima persona dei giovani e associazioni giovanili del territorio, la loro responsabilizzazione tramite la sperimentazione concreta di quanto appreso durante la formazione.

- MIGLIORARE

PUNTI DI FORZA DEL PROGETTO

(Cosa ha funzionato)

La promozione del progetto mirata tramite inviti diretti verso alcuni dei giovani rappresentanti di delle diverse associazioni giovanili attive in Valle ha favorito una buona partecipazione al percorso formativo. Le modalità "informali" di conduzione degli incontri da parte dei formatori coinvolti sono state efficaci e hanno riscosso un buon apprezzamento da parte dei partecipanti (secondo quanto emerso dal questionario di valutazione realizzato).

PUNTI DI DEBOLEZZA

(Indica le criticità incontrate)

Esempio:

Gli incontri di formazione dedicati alla pratica non sono stati sufficienti. Sarebbe stato utile avere ulteriori incontri formativi in particolare riguardanti l'utilizzo del linguaggio e tecniche di video making.

IDEE PER IL FUTURO

(Il progetto ha fatto nascere nella vostra associazione/realità nuove idee per attività/progetti futuri da sviluppare all'interno o all'esterno del piano giovani?)

Sì, abbiamo pensato che ci piacerebbe proseguire, magari l'anno prossimo, il percorso di formazione approfondendo nello specifico il linguaggio video e realizzare un cortometraggio per raccontare il territorio della Valle dei Laghi attraverso le persone e associazioni che su questo operano (magari coinvolgendo anche l'Apt, Comunità di Valle e membri del Distretto famiglia Valle dei Laghi).

Firma
