



GRUPPO AZIONE LOCALE  
**SALTO CICOLANO**

2020

## Programma Animazione

---



## Premessa

Il GAL SALTO CICOLANO nell'attuazione del Piano di Sviluppo Locale denominato "Il Cicolano: un territorio da scoprire" ha deciso di rendere sempre più trasparente la visione strategica del suo programma di animazione e demandarla a un insieme di azioni coerenti integrate tra di esse.

Il ruolo che si assegna all'animazione la modalità con cui la si intende promuovere implica una scelta di indirizzo programmatico.

Il GAL, nello spirito del vero processo Leader +, intende promuovere tutti i provvedimenti normativi e le soluzioni operative che valorizzano performance, professionalità e competenza, come fattori costitutivi per una nuova generazione di agenti di sviluppo che, in un continuo processo di apprendimento, diventino protagonisti di nuovi modelli di rinascimento sociale ed economico.

Di seguito sono riportate le linee di indirizzo e i piani programmatici, suddivisi nei seguenti capitoli<sup>1</sup>:

- ★ [Sintesi del Piano di Animazione nella Misura 19.4](#)
- ★ [Obiettivi](#)
- ★ [Destinatari](#)
- ★ [Azioni e attività](#)
- ★ [Strumenti di Lavoro](#)
- ★ [Cronoprogramma](#)
- ★ [Ruoli e responsabilità](#)
- ★ [Risultati](#)
  - [Indicatori Quantitativi](#)
  - [Indicatori Qualitativi](#)
- ★ [TABELLA di SINTESI](#)
- ★ [Piano Finanziario](#)

---

<sup>1</sup> Cliccando sulla voce si ha accesso tramite link diretto al capitolo relativo.

## Sintesi del Piano di Animazione nella Misura 19.4

Il Piano di Animazione 2019-2023 è lo strumento attraverso il quale organizzare le attività volte alla promozione del PSL e delle finalità associative del GAL, per dare piena attuazione della strategia di sviluppo LEADER, “Sviluppo locale di tipo partecipativo” (CLLD).

Attraverso esso si intendono raggiungere due specifici obiettivi strategici:

- 1) Sensibilizzare gli attori dello sviluppo locale (istituzioni pubbliche e soggetti privati) sia potenziali beneficiari di misure di finanziamento che non beneficiari per avere un maggiore coinvolgimento nella tematica prescelta nella definizione del PSL e per la costituzione di una leva di sviluppo ed un effetto moltiplicatore delle azioni finanziate per una maggiore ricaduta sul territorio;
- 2) Realizzare interventi mirati di assistenza tecnica, supporto e tutoraggio alle figure coinvolte nelle varie fasi di progettazione, attuazione delle operazioni finanziate dal PSL (beneficiari pubblici e privati potenziali, tecnici progettisti, portatori di interesse sulle tematiche della strategia locale, ecc.).

Le attività di animazione nel corso della programmazione si svolgeranno in tre forme:

- calendarizzazione di cicli di appuntamenti sul territorio dedicati a sviluppare determinate finalità (programmazione itinerante);
- presenza dei referenti del GAL ad eventi decisi anche in occasione di altre manifestazioni in corso sui territori;
- punto di informazione stabile sul territorio (sede GAL) dove in orari prefissati è possibile recarsi per ricevere informazioni o segnalare iniziative.

Così come previsto nella Relazione presentata alla Regione Lazio per la Misura 19.4.

Il Gal dispone di un animatore incaricato per l'anno 2020 e 18 iscritti nella short list che, con il coordinamento del Direttore Tecnico e del Responsabile Amministrativo finanziario, garantiranno la necessaria animazione trasversale e omogenea a favore di tutto il territorio montano interessato.

Funzione essenziale dell'animatore sarà quella di dare un supporto continuo alle imprese e alle loro associazioni di categoria per la costruzione di rapporti e per la definizione di progetti di filiera, nonché per la costruzione dei Programmi Integrati di Rete Territoriale e dei relativi progetti.

Nondimeno, gli animatori porteranno avanti iniziative finalizzate alla disseminazione dei risultati nel territorio del GAL e parteciperanno a incontri, convegni, seminari, tavoli tecnici, non solo organizzati strettamente nell'ambito del PSL, ma anche relativamente a iniziative ritenute dal CdA determinanti per favorire azioni di comunicazione sull'operato del GAL stesso e per promuovere la massima correlazione con iniziative del territorio regionale e nazionali complementari a Leader, in un'ottica di integrazione delle progettualità e delle risorse.

## Obiettivi

Il Piano di Animazione individua gli attori, i prodotti e gli strumenti con cui realizzare la comunicazione, mettendo dunque il GAL nelle condizioni di avere una visione strategica della propria azione verso l'esterno.

Il Piano è prima di tutto una proposta di metodo, poiché conoscere la corretta sequenza delle fasi di elaborazione del piano (ad esempio, definire gli obiettivi prima di definire le azioni di animazione) è una proposta metodologica, allo scopo di dare uniformità e rafforzare l'identità del Gal, nel suo sviluppo operativo..

E', inoltre, uno strumento di coordinamento di tutti i soggetti, le strategie e le azioni di comunicazione che il GAL mette in campo per favorire il raggiungimento dei propri obiettivi.

### Obiettivi generali:

- garantire un'adeguata pubblicità al PSL, informare e sensibilizzare i beneficiari e i cittadini sul ruolo svolto dai fondi europei per l'agricoltura e lo sviluppo rurale;
- fornire un'informazione sugli obiettivi del PSR chiara, completa, tempestiva, visibile, trasparente e accessibile;
- informare i potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento e sui bandi, in modo dinamico e flessibile per rispondere alle esigenze che emergono nel corso dell'attuazione del Programma;
- pubblicizzare presso i cittadini il ruolo dell'Unione europea e della Regione nello sviluppo rurale e su quanto realizzato grazie al PSR e del PSL, evidenziando i risultati e l'impatto degli interventi;
- assicurare l'omogeneità dei messaggi informativi sull'intero territorio e un efficace coordinamento tra i soggetti coinvolti, in sinergia con le attività di comunicazione istituzionale e dei diversi programmi di cui alla Programmazione unitaria 2014-2020.

### Obiettivi Specifici 2020:

- 1) Rafforzare la presenza del GAL sul territorio
- 2) Valorizzazione turistica del territorio
- 3) Sensibilizzare gli attori locali allo sviluppo partecipato



## Destinatari

La strategia di animazione prevede il coinvolgimento costante e diretto del territorio e dei portatori di interesse, mediante iniziative diffuse localmente e supportate dalla pluralità degli strumenti di informazione con lo scopo di raggiungere con immediatezza e semplicità il più ampio numero di destinatari, classificati nelle seguenti categorie:

- ★ **Pubblico Generico:** La categoria individua l'opinione pubblica, segmentata sulla base delle specificità emerse nell'analisi di contesto (popolazione scolastica, giovani, agricoltori, comunità rurali, ecc.) nei confronti del quale operare azioni d'informazione e sensibilizzazione sul PSL e i risultati raggiunti;
- ★ **Beneficiari potenziali:** sono beneficiari potenziali tutti coloro che possono accedere agli interventi previsti dal PSL, in qualità di destinatari del sostegno;
- ★ **Beneficiari effettivi:** sono coloro che usufruiscono dei finanziamenti previsti dal PSL;
- ★ **Comunità locali** delle aree interessate all'attuazione del CLLD/LEADER+: rappresentanti delle popolazioni rurali e gli operatori economici presenti nel territorio.
- ★ **Moltiplicatori di informazione:** tra cui il partenariato, gli organi di informazione nazionale e locale, i media, le agenzie di informazione, le istituzioni accademiche e la rete degli sportelli informativi territoriali, degli URP istituzionali, gli organismi pubblici, ecc. (CAA, Sportelli Europa, ecc.).



## Azioni e attività

Le attività di comunicazione devono assumere una duplice valenza, sia di funzione pubblicitaria che di strumento informativo, utilizzando, canali, contenuti differenziati e strumenti efficaci, diffondendo i contenuti del PSL, per accrescere in un arco di tempo limitato la notorietà e per favorire la progressiva conoscenza del PSR e dei suoi valori diretti e indiretti; dall'altro lato è importante mettere a disposizione degli utenti strumenti informativi che permettano una migliore conoscenza e un maggiore approfondimento dei temi, con la prospettiva di facilitare l'accesso alle opportunità del PSR.

Gli strumenti e i contenuti informativi e pubblicitari saranno veicolati attraverso diversi canali di comunicazione, costruiti per consentire l'interazione degli utenti e permettere di misurare quali - quantitativamente il grado di soddisfazione dell'utenza (*Customer Satisfaction*). In particolare si

utilizzeranno strumenti tradizionali e strumenti di comunicazione non convenzionale al fine di raggiungere in maniera più ampia i target di riferimento.

Si dovranno progettare strumenti nei quali sia possibile l'interazione con l'utenza, che prevedano l'acquisizione di dati di ritorno da parte dei destinatari. Gli strumenti messi in campo dovranno avere sia una funzione di diffusione delle informazioni in ambito regionale che in alcuni casi specifici legati alle buone prassi adottate, anche in ambito nazionale e comunitario.

Per consentire l'allargamento della portata dell'azione di comunicazione dei contenuti del PSL, sarà opportuno prevedere la realizzazione di strumenti divulgativi differenziati per target di riferimento.

Inoltre, è necessario predisporre un'azione di comunicazione specifica per il CLLD/LEADER per migliorare l'informazione e la comunicazione sulla politica di sviluppo locale partecipativo, la condivisione delle conoscenze e la capacità di programmazione delle comunità locali.

Obiettivo e Azioni	Attività
Rafforzare la presenza del GAL sul territorio	Organizzare periodici incontri sul PSL e opportunità
	Punto informativo stabile
	Implementare sito web con 7 sezioni dedicate
	Aggiornamento continuo dei social e del sito ufficiale
Valorizzazione turistica del territorio	Predisposizione materiale informativo online (pubblicazione news sito e post canali social) e Offline (roll ups, manifesti, gadgets)
	Organizzazione e/o patrocinio di eventi per valorizzare le produzioni gastronomiche e la capacità di coniugare tradizione e innovazione
	Organizzazione di eventi: Festa della Pastorizia, Evento di presentazione beneficiari PSL
Sensibilizzare gli attori locali allo sviluppo partecipato	Incontri bottom up per settore turistico
	Questionari di valutazione, monitoraggio e <i>beneficiary satisfaction</i>



## Strumenti di Lavoro

In questo paragrafo si riassumono gli strumenti attraverso le quali gli strumenti sopra elencati sono realizzati. Il Piano prevede durante tutto il suo percorso i seguenti strumenti:

- Comunicazione telefonica
- Attività di sportello di front office.
- Organizzazione di Eventi per la promozione di servizi/iniziative del GAL.
- Direct mail (Inviti) per progetti speciali.
- Interviste con i media.
- Comunicati stampa o video comunicati.
- Convegni, seminari, tavole rotonde, presentazioni, inaugurazioni.
- Manifestazioni (giornata-evento).
- Comunicazione Interattiva
- Identità visiva
  - Banner Loghi Istituzionali
  - Carta Intestata
  - Firma Email
  - Gadgets:
    - Matite Sprout
    - Calamita con seme
    - Agenda 2021
    - Caricabatteria in fibra di mais

Particolare cura sarà data alla **comunicazione interattiva**, Internet e strumenti del web 2.0

Questi danno la possibilità di inserire informazioni in tempo reale, linkare immagini, approfondimenti, contenuti “pesanti”. Il sito ufficiale consente l'utilizzo di strumenti interattivi legati al mondo del web 2.0: facebook, twitter, ecc. Uno degli obiettivi del GAL è promuovere presso la popolazione la cultura del web riducendo così il digital divide.

Sarà cura dell'Animatore curare l'**identità visiva dell'ente** e la sua immagine.

Ogni supporto che porta il “brand” (logo) dell'ente, e attraverso il quale ne trasmettiamo l'identità, deve tenere presente regole di omogeneità e sobrietà. Esempio: il logo del GAL deve essere presente su tutti i materiali così come va valutata la presenza dei loghi di eventuali enti o associazioni patrocinanti.

Un altro esempio è la partecipazione a mostre ed esposizioni. Luoghi privilegiati per proporre valori, storia, missione del GAL allo scopo di rafforzarne l'immagine e l'identità di ente vicino alle comunità.



## Cronoprogramma

Il presente Piano di Animazione ha avuto inizio a Dicembre 2019 e prevede attività fino a Dicembre 2020.

Parte delle attività sono state rimodulate in funzione dell'emergenza epidemiologica COVID-19, per cui è stata prevista la chiusura dell'ufficio e il reinvio degli appuntamenti territoriali. Durante i mesi di lockdown (marzo-giugno) l'animazione si è concentrata sul potenziamento degli strumenti di promozione territoriale online e sulla raccolta di informazioni utili ai mesi successivi.

- ❖ **Dicembre 2019**
  - Organizzazione di 7 Riunioni di promozione incontri PLS e bandi
  - Lancio e pubblicazione sito web [www.galsaltocicolano.it](http://www.galsaltocicolano.it)
- ❖ **Gennaio 2020**
  - Avvio del punto informativo e presenza stabile in ufficio 2 giorni a settimane dell'animatore
  - Informazioni via email/tel ai beneficiari potenziali dei bandi
- ❖ **Febbraio**
  - Punto informativo e presenza stabile in ufficio 2 giorni a settimane dell'animatore
  - Informazioni via email/tel ai beneficiari potenziali dei bandi
- ❖ **Marzo**
  - Raccolta informazioni per la sezione "territorio" del sito ufficiale del GAL
  - Informazione agli utenti sulle nuove procedure di ingresso e comunicazione con l'ufficio del GAL a seguito del d.p.c.m 08/03/2020 per il contenimento dell'emergenza epidemiologica COVID-19
- ❖ **Aprile - Maggio**
  - Raccolta informazioni per la sezione "territorio" del sito ufficiale del GAL
  - Predisposizione portale unico eventi delle associazioni di tutti i Comuni Area GAL: [www.cicolanoeventi.it](http://www.cicolanoeventi.it)
  - Aggiornamento portale unico eventi delle associazioni di tutti i Comuni Area GAL: [www.cicolanoeventi.it](http://www.cicolanoeventi.it)
- ❖ **Giugno**
  - Supporto tramite email e telefonate al DT e agli istruttori nella fase istruttoria delle domande pervenute
- ❖ **Luglio**
  - Riapertura punto informativo e presenza stabile in ufficio 2 giorni a settimane dell'animatore
  - Pubblicazione della sezione territorio sul sito ufficiale del GAL
  - Riunioni interne per aggiornamento del Piano di Animazione a seguito del Covid-19
- ❖ **Agosto**
  - Punto informativo e presenza stabile in ufficio 2 giorni a settimane dell'animatore
  - Produzione merchandising e valorizzazione dell'identità visiva del GAL
  - Organizzazione della Festa della Pastorizia 2020



❖ **Settembre**

- Punto informativo e presenza stabile in ufficio 2 giorni a settimane dell'animatore
- Patrocinio e supporto alla Festa della Pastorizia 2020
- Pubblicazione del portale [www.cicolanoeventi.it](http://www.cicolanoeventi.it)

❖ **Ottobre**

- Punto informativo e presenza stabile in ufficio 2 giorni a settimane dell'animatore
- Ciclo di riunioni pubbliche bottom-up con pubblico partecipante sui seguenti temi:
  - Turismo sostenibile e autentico
  - Valorizzazione del prodotto tipico e certificazioni
- Conferenza sulla castagna

❖ **Novembre**

- Punto informativo e presenza stabile in ufficio 2 giorni a settimane dell'animatore
- Questionari per le imprese turistiche e agricole
- Predisposizione per la pubblicazione di una pubblicazione cartacea e ebook su transumanza, pastorizia nel Cicolano (a sostituzione della Festa)

❖ **Dicembre**

- Punto informativo e presenza stabile in ufficio 2 giorni a settimane dell'animatore
- Incontro/confronto sull'andamento del PSL con la partecipazione dei soggetti beneficiari



## Ruoli e responsabilità

Il Presente Piano è redatto dall'Ufficio del GAL e in particolare dai seguenti soggetti, ognuno dei quali a specifiche competenze e responsabilità nella sua attuazione:

- Direttore Tecnico:
- Responsabile Amministrativo Finanziario:
- Animatore Territoriale:
- Segreteria:

Le figure sono affiancate da spunti, suggestioni e linee di indirizzo di tutti i membri del CdA, in particolare del Presidente Mauro Delfini e dei consiglieri Laura Ciacci e Claudio Ponziani che si sono resi disponibili ad un monitoraggio continuo delle varie fasi.



## Risultati Raggiunti

### Indicatori Quantitativi

- N. persone presenti agli incontri nei Comuni
- N. persone presenti incontri bottom up
- N. appuntamenti con i potenziali beneficiari in ufficio durante il punto informativo
- N. visite sul sito web
- N. post pubblicati
- N. partecipanti al bando pubblico

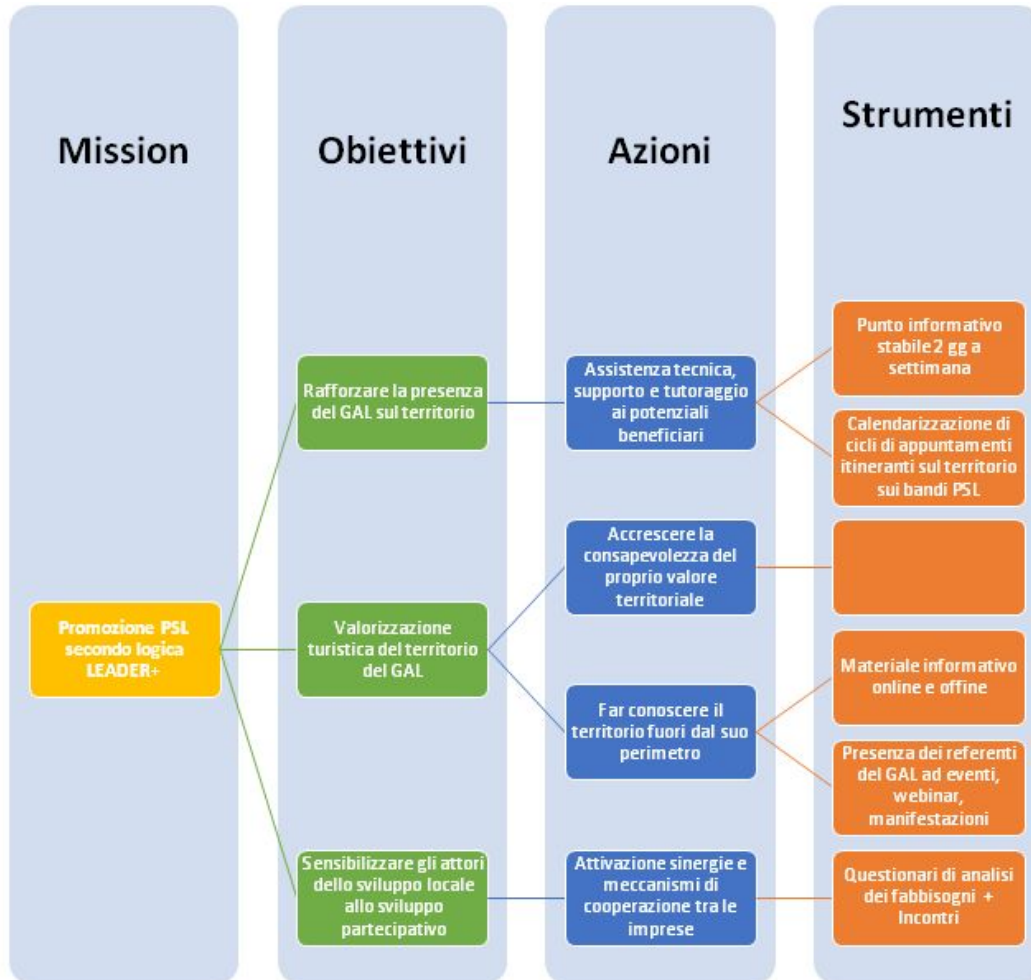
.....

### Indicatori Qualitativi:

- Idee e coinvolgimenti attivo dei partecipanti
- Attivazione di Sinergie tra agricoltori
- Sinergie tra operatori turismo



## TABELLA di SINTESI



## Piano Finanziario

<b>COSTI DI ANIMAZIONE</b>			
<b>PERSONALE</b>	<b>Spesa senza IVA</b>	<b>IVA</b>	<b>Spesa con IVA</b>
Collaborazioni occasionali (personale di supporto)	20.000,00	-	20.000,00
Consulenze (animatori)	50.000,00	-	50.000,00
rimborsi spese	4.000,00	-	4.000,00
<b>Totale personale</b>	<b>74.000,00</b>	<b>-</b>	<b>74.000,00</b>
<b>Materiale di consumo</b>	<b>Spesa senza IVA</b>	<b>IVA</b>	<b>Spesa con IVA</b>
Cancelleria e gadget	7.549,98	1.661,00	9.210,98
	Spesa senza IVA	IVA	Spesa con IVA
Stampa materiale informativo	9.100,00	2.002,00	11.102,00
	Spesa senza IVA	IVA	Spesa con IVA
arredi (gazebo)	477,00	104,94	581,94
	Spesa senza IVA	IVA	Spesa con IVA
software organizzativo	3.270,49	719,51	3.990,00
pc e altre attrezzature	914,00	201,08	1.115,08
totale software e hardware	4.184,49	920,59	5.105,08
<b>Totale materiale</b>	<b>21.311,48</b>	<b>4.688,52</b>	<b>26.000,00</b>
<b>TOTALE SPESE ANIMAZIONE</b>			<b>100.000,00</b>