

Mod. B1 PGZ

*Scheda di rendicontazione contabile
del Piano Strategico Giovani (PSG)*

1	Piano Strategico Giovani
PGZ di	Trento Arcimaga
Titolo del PSG	Piano Strategico Giovani dell'Ambito territoriale della Valle dell'Adige - Trento
per l'anno	2022

2	Budget PSG del Piano giovani di zona		
	Entrate preventivate	Entrate Effettive	Differenza
Stanziamento enti locali afferenti al PGZ	48.910,00 €	64.922,08 €	16.012,08 €
Accordi formali di finanziamenti o sponsorizzazioni con altri soggetti pubblici o privati afferenti al territorio	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Quota di autofinanziamento stimato da parte dei proponenti i progetti	5.000,00 €	20.563,34 €	15.563,34 €
Totale investimento del territorio del PGZ	53.910,00 €	85.485,42 €	31.575,42 €

3	Spese sostenute per la realizzazione del PSG	
		Spesa effettiva
Spese sostenute per progetti finanziati su bandi annuali		85.485,42 €
Spese sostenute per i progetti strategici del PGZ		3.600,00 €
Spese sostenute a supporto dell'operatività RTO		19.000,00 €
Totale spese sostenute		108.085,42 €

4	Saldo contributo Referente Tecnico Organizzativo	
	Contributo concesso dalla PAT	Rendiconto
Contributo Referente Tecnico Organizzativo	25.500,00 €	25.500,00 €

Decorrenza contratto RTO	dal	01/01/2022	a	31/12/2022
--------------------------	-----	------------	---	------------



Mod. B2 PGZ**Relazione consuntiva e di autovalutazione
del Piano Strategico Giovani (PSG)****1. COERENZA****(Limite 2.000 caratteri spazi inclusi)**

LEGENDA PROGETTI 1 SARTORIA 2 PAINT YOUR PLACE 3 CIRCOLO CLIMATICO 4 TRENTO SI POPOLA 5 JAMMING PARK VOL.2 6 TRENTO SUONA BALKAN! 7 EUFORIA CIRCUS FESTIVAL 8 ANNI DI PIOMBO 9 REST-ART MOLINI 10 C.A.N.A.R.I.E 11 CASE DI DOMANI 12 TRACCE DI CITTÀ 13 STREET ART FESTIVAL 14 DON'T WASH THE GREEN 15 PROGETTO STRATEGICO

- Informazione e comunicazione - Ogni progetto ha contribuito all'interno della propria rete alla diffusione della conoscenza dei PGZ, sia attraverso la comunicazione cartacea tradizionale sia utilizzando con sempre maggior incisività la comunicazione digitale.
- Target e partecipazione - Tutti i progetti hanno avuto una particolare attenzione al tema della partecipazione. 6 progetti hanno coinvolto direttamente il target 11-18, altri 4 progetti hanno intercettato anche questo target; 5 progetti ha esplorato il tema della rivitalizzazione degli spazi (2,5,7,9,13); 1 progetto ha esplorato il tema della convivenza tra studenti e residenti in città (4)
- Innovazione sociale - Tutti i progetti hanno lavorato sul tema delle reti, implementando una serie ampia di collaborazioni.
- Sostegno alla progettualità dei giovani in un'ottica di sviluppo all'imprenditorialità - 1 progetto intersecava il tema start-up;(11) in 6 progetti i proponenti erano giovani o giovanissimi professionisti delle tematiche in oggetto (3,6,7,11,12,13)

2. PROMOZIONE DEL-PIANO GIOVANI**(Limite 2.000 caratteri spazi inclusi)**

La promozione del Piano Strategico Giovani è stata declinata attraverso azioni e strumenti vicini e accessibili ai giovani, prodotti da giovani per i giovani. Abbiamo realizzato due opuscoli con i progetti rispettivamente della prima e della seconda call. AZIONI: - In primavera e in autunno sono state redatte due brochures informative con la raccolta dei progetti approvati rispettivamente nella prima e nella seconda call del Piano Giovani di Zona Trento Arcimaga. - nell'arco del 2022 sono stati attivati due tirocini retribuiti post laurea finalizzati alla comunicazione dei progetti PGZ che hanno svolto un ruolo di collegamento tra i progettisti e la redazione di Trentogiovani. - è stata mantenuta una stretta collaborazione con l'Ufficio stampa del Comune che ha costantemente dato spazio alle comunicazioni inerenti il PSG, con comunicati - stretta sinergia con lo Sportello Civico13

STRUMENTI: - profili social Facebook (6911), Instagram (3202 utenti), TikTok (250 followers) e YouTube - sito web www.trentogiovani.it (9.687 * utenti) - 2 brochures informative con i progetti realizzati - 300 volantini riguardanti il bando PGZ 2023 - 20 locandine A4 riguardanti il bando PGZ 2023 - newsletter settimanale

INDICATORI relativi alla promozione sui SOCIAL dei progetti PGZ: Instagram post pubblicati: 24 VS 20 media account raggiunti con un post: 3021 VS 608 media like a post: 50,36 VS 30,2 totale account raggiunti:75548 VS 12161 totale like: 1259 VS 604 storie pubblicate: 95 visualizzazioni medie: 400

Facebook post pubblicati: 25 vs 40 media account raggiunti dei post: 581 vs 409,8 media reactions a post: 7 vs 6,2 totale copertura dei post: 13359 vs 16391 totale reactions: 180 vs 248 Canale YouTube dei PGZ visualizzazioni totali: 137 Pagina PGZ sul sito TrentoGiovani: numero news pubblicate: 28 notizie/eventi; 15 iniziative.



3. DISSEMINAZIONE E VALORIZZAZIONE DEI RISULTATI (Limite 2.000 caratteri spazi inclusi)

Il Piano Giovani ha lavorato sul piano comunicativo per comunicare e valorizzare i momenti di restituzione sul territorio attraverso i social principalmente con post dedicati agli eventi e pubblicazioni di contenuti in diretta degli eventi stessi (stories e reels). I dati di questo lavoro sono ricompresi nei dati presentati nel precedente capitolo (promozione). Ogni singolo progetto ha poi lavorato in maniera autonoma alla restituzione del lavoro fatto attraverso modalità diverse che elenchiamo in modo non esaustivo:

1. Contenuti Social post progetto
2. Contenuti Social post percorso, articolo su stampa locale, presentazione presso partner di progetto
3. Contenuti Social post percorso, partecipazione per portare la testimonianza del progetto a 6 eventi (5 provinciali e 1 regionale).
4. Contenuti Social post percorso, materiale video in formato pre editing
5. Contenuti Social post evento, materiale fotografico in fase di editing al momento della rendicontazione del progetto.
6. Sono stati realizzati i 2 eventi previsti a conclusione del percorso in cui sono state illustrate le fasi del progetto stesso. Realizzazione contenuti video/fotografico per comunicazione social post evento e due video in fase di editing alla rendicontazione del progetto.
7. Sono stati pubblicati contenuti post evento sui social legati al progetto. Lo storico del progetto è pubblicato sul sito dell'ente responsabile. Si è realizzato un documentario che è stato proiettato presso la Fondazione Demarchi. Vi sono state poi pubblicazioni su stampa locale (3 articoli). Come evento collaterale a questo ambito, la progettista ha portato la propria esperienza all'interno del bando provinciale "Strike".
8. Articolo sulla stampa locale.
9. Evento conclusivo del percorso aperto alla cittadinanza, articolo su stampa locale, documentazione fotografica per contenuti social delle comunicazione post progetto.

4. NETWORKING (Limite 2.000 caratteri spazi inclusi)



Il PGZ Trento Arcimaga e l'Ufficio Politiche Giovanili del Comune di Trento lavorano in un'ottica di rete e di valorizzazione degli scambi tra le realtà giovanili del territorio. Per facilitare la conoscenza reciproca e lo scambio di competenze e conoscenze sono stati proposti 2 laboratori nelle settimane precedenti la consegna delle schede idea e altre due riunioni in presenza con tutti i progettisti, al fine di facilitare la messa in rete delle idee progettuali.

La maggior parte dei progetti è riuscita a creare e rafforzare una rete di enti e realtà a sostegno delle proprie attività:

1. APPM Onlus, Spazio Piera - Il Funambolo, Gruppo Aurora, Associazione Pop Up/Geco s.c.s., Centro Moda Canossa
2. Circolo le Fontane, e realtà che condividono lo spazio oggetto dell'intervento centro diurno Epicentro, salone "Il Ricciolo", associazione GS Belvedere, Circolo Allegria, Circolo "Il Filò" e associazione Ravinense
3. Agenzia Provinciale per la Protezione dell'Ambiente, Museo delle Scienze di Trento, Associazione Trentino Arcobaleno / Ecosportello Fa'la cosa giusta!, movimenti Extinction Rebellion, Fridays For Future di Trento e associazione Clima3T.
4. Conservatorio Bonporti, Associazione la Frangia (progetto TRENTO SUONA BALKAN!)
5. Collaborazioni con Carbo Gang, Ass. Radici Vive, Radio Fontani, Ass. APPM Onlus, Frammenti Serigrafia e Handmade Donut Skateboard.
6. Collaborazioni formali con la Coop. Villa Sant'Ignazio, Centro Musica, Consulta degli Studenti, Ass. Duende e Ass. Newproject. Collaborazione informale con: CVS Trento, Osservatorio Balcani-Caucaso e Coop. Samuele.
7. Fondazione Demarchi e Fondazione Caritro, progetto del Piano Giovani Dont Wash the green.
8. Arciragazzi Bolzano, Associazione familiari delle vittime della strage di Bologna, UDU Trento, Questo Trentino e APS Dulcamara. Sostegno anche di Fondazione Caritro.
9. Circoscrizione di Villazzano, istituto comprensivo "Trento 1", cooperativa Arianna.

5. EFFICACIA (RAGGIUNGIMENTO RISULTATI PREVISTI) (Limite 4.000 caratteri spazi inclusi)



Informazione e comunicazione

R1 - Per quanto riguarda il risultato 1, i dati della comunicazione sono solo un parziale elemento di valutazione che ci fa dire di aver comunque lavorato positivamente in questa direzione.

Ogni progetto ha avuto un proprio box sul sito Trentogiovani e uno almeno uno spazio sui social.

R2 - Si sono tenuti diversi incontri presso le Presentazioni Scuole Superiori (2 daVinci), 2 momenti con "gruppo Link" e un incontro pubblico con "Ufficio Svolta" dal titolo "Bandi alle ciance". L'evento di restituzione è stato posticipato ad inizio 2023 e prevede un format dove gli stessi progettisti raccontino i progetti e ottengano il feedback di esperti nei vari campi della progettazione.

Target e partecipazione

R1- Su questo versante abbiamo lavorato come Tavolo apportando una modifica dei criteri che è stata utilizzata nella prima call 2023.

R2- Abbiamo 10 progetti con attività riconducibili alla partecipazione e 6 legati al tema del target specificatamente individuato nell'obiettivo di riferimento. (si fa riferimento a progetti indicati nel paragrafo COERENZA)

R3- Tutti i progetti avevano centrale il tema delle relazioni. Possiamo identificare nei seguenti progetti il tema come prioritario: 1,2,3,4,5,14

Innovazione sociale e Sostegno alla progettualità e all'imprenditività

R1 - La rete già precedentemente attivata nello scorso anno, ha proseguito il suo impegno comune, ritrovandosi, progettando alcune attività e collaborando in modo vicendevole alle attività dei vari partner

R2 - Si è ideato un momento da organizzare e gestire assieme al Piano Giovani di Rovereto, dove valorizzare progetti con tematiche simili, mettendo a confronto progetti e gruppi giovanili differenti ma accomunati da interessi simili. Per necessità organizzative il primo evento è slittato a inizio 2023 e si conta di proseguire con altri 2 eventi nel corso del 2023, sempre sui progetti dei due Piani svolti nel corso del 2022.

R3- Su questo aspetto non abbiamo ricevuto progettualità che abbiano questo come elemento principale a differenza degli scorsi anni.

Cittadinanza attiva e globale

R1 e R2 2 progetti hanno lavorato su temi attuali e "storici"(8,10), 2 progetti che hanno lavorato sui temi della consapevolezza ambientale e, in modo collegato, sociale (3,14).

8 progetti hanno lavorato sul tema del protagonismo giovanile legato all'arte(1,2,4,5,6,7,9,13)

ULTERIORI PRIORITA'

R1 - Attraverso una collaborazione con il Piano Giovani di Lavis si è arrivati al Progetto C.A.N.A.R.I.E., che ha proposto ai giovani un percorso di coprogettazione attorno al tema dell'Autonomia. Il percorso ha poi generato il progetto inter-piano che si è svolto nel corso del 2022. Questo metodo si è fatto apprezzare per diversi aspetti e si pensa di ripeterlo in futuro se le condizioni lo permetteranno.



6. EFFICIENZA (UTILIZZO DELLE RISORSE)

(Limite 2.000 caratteri spazi inclusi)

Il Piano Giovani realizza azioni finalizzate ad attivare risorse per lo sviluppo, l'accompagnamento e l'evoluzione dei progetti che lo stesso sostiene. Si sono realizzati quindi incontri/laboratori di conoscenza delle idee progettuali e di formazione rispetto alla compilazione delle schede progetto, laboratori di formazione individuali, laboratori di formazione con esperti che aderiscono alla rete per l'evoluzione dei progetti e due momenti specifici di formazione sulla capacità di comunicare le idee progettuali e i risultati dei progetti stessi.

Il Piano Giovani mette a disposizione dei progettisti gli spazi presso l'ufficio delle Politiche giovanili ed in particolare la sala Natività per gli incontri di gestione dei progetti e attrezzature per la realizzazione degli eventi quali ad esempio griglie, amplificatore, microfoni ecc.

Da evidenziare anche l'apporto fornito ai progettisti in termini di contatti e relazioni con soggetti delle città.

Il Piano Giovani inoltre facilita i progettisti attraverso la messa a disposizione di un canale privilegiato per la richiesta di spazi comunali e con la messa a disposizione gratuita delle occupazioni di suolo pubblico per quanto riguarda il canone dell'occupazione suolo. Sono state messe a disposizione anche attrezzature come sedie, griglie e/o componenti di arredo urbano, compresi di trasporto presso le sedi di realizzazione.

Da evidenziare anche la possibilità di poter usufruire della comunicazione tramite il sito trentogiovani e il supporto fornito, anche grazie alla presenza costante di un/una tirocinante, sulla comunicazione.

7. INNOVAZIONE

(Limite 2.000 caratteri spazi inclusi)

Si è proseguito con successo nella direzione intrapresa relativa alla presenza costante al Tavolo PGZ dei rappresentanti degli studenti delle superiori e dell'università.

Si è resa sistemica la "seconda call" che con il PSG 2022-2024 è prevista appunto in modo stabile, anche se modificata nuovamente rispetto al 2022 nelle tempistiche, vista la richiesta pervenuta da alcuni progettisti durante gli incontri di valutazione e monitoraggio in corso dell'anno.

Si prosegue inoltre con il lavoro della rete di soggetti che possa supportare l'evoluzione dei progetti.

Dal punto di vista delle progettualità segnaliamo alcuni elementi di innovazione che ci hanno colpito:

CANARIE: il percorso di co-progettazione innovativo, tramite proposta di un contenitore proposto in logica top-down e uno sviluppo progettuale bottom-up.

Inoltre il progetto presenta la collaborazione con due Piani Giovani.

CASE DI DOMANI: progetto con chiari riferimenti alle startup, che ha fatto un interessante percorso assieme al Piano per posizionarsi all'interno degli obiettivi del PSG mantenendo uno sguardo sull'imprenditorialità giovanile.

STREET ART: 3 progetti in modo marcato (2,9,13) e tre progetti in modo comunque significativo (5,6,7) hanno sviluppato il tema delle arti di strada, rendendo visibile un interesse, anche analizzando poi la risposta alle iniziative proposte, che trova conferma rispetto ad altri percorsi intercettati dall'amministrazione.

Tre progetti (3,8,10) hanno affrontato con un punto di vista diverso temi di estrema attualità, due di questi partendo da fatti storici come gli anni di piombo e l'autonomia.

Si conferma il tema ambientale come tema molto sentito dei giovani e che li spinge ad attivarsi, anche con modalità innovative. Quest'anno è stata molto presente la tematica relazionale (3,14)



8. Inserire l'elenco dei titoli dei PROGETTI FINANZIATI dal Piano Giovani, includendo anche i progetti strategici e pluriennali. Per ciascun progetto indicare: le SPESE SOSTENUTE, se il progetto è stato PORTATO A TERMINE o è stato interrotto, se è un progetto STRATEGICO, se è un progetto PLURIENNALE. L'informazione sulle spese sostenute per i progetti deve essere coerente con quanto inserito nella rendicontazione contabile dell'ente capofila.

Tutti i progetti sono annuali e terminati. Solo uno è il progetto strategico.

1 SARTORIA €2.194,40 2 PAINT YOUR PLACE €6.549,75 3 CIRCOLO CLIMATICO €3.962,83
4 TRENTO SI POPOLA €1.997,43 5 JAMMING PARK VOL.2 €6.463,07 6 TRENTO SUONA BALKAN! €5.172,14
7 EUFORIA CIRCUS FESTIVAL €7.244,05 8 ANNI DI PIOMBO €4.025,15 9 REST-ART MOLINI €5.133,85
10 C.A.N.A.R.I.E €21.335,09 11 CASE DI DOMANI €4.475,47 12 TRACCE DI CITTA' €7.750,00
13 STREET ART FESTIVAL €6.690,60 14 DON'T WASH THE GREEN €2.491,59
15 PROGETTO STRATEGICO €3.600,00

9. Quanti dei progetti realizzati hanno coinvolto altri piani?

1

10. Quanti dei progetti realizzati hanno una durata pluriennale?

0



11.

La compilazione di questa domanda è facoltativa. Questo spazio è dedicato ad **EVENTUALI APPROFONDIMENTI DEGLI ASPETTI DI CONTESTO**, ovvero a quei fattori esterni che caratterizzano il territorio di riferimento e influenzano sensibilmente la qualità e la piena realizzazione del Piano, che è importante tenere in considerazione nella valutazione del Piano. (Limite 5.000 caratteri spazi inclusi)

Prosegue da 3 DISSEMINAZIONE

10. Contenuti Social post evento, presenza digitale con materiali testuali, video e immagini. Si è realizzata una conferenza finale di restituzione.

11. Contenuti Social post evento, presenza digitale con materiali testuali, video e immagini. Si è realizzata una conferenza finale.

12. Contenuti Social, materiale video/fotografico in formato pre editing

13. Contenuti Social post evento, materiale video/fotografico in formato pre editing

14. Contenuti Social post evento, articolo su mensile legato al soggetto responsabile.

15. Trattandosi del PROGETTO STRATEGICO e di attività che definiremo strutturali, non ha una comunicazione propria ma rientra in quella più generale del Piano Giovani stesso, ovvero nel lavoro di comunicazione di TrentoGiovani.

Prosegue da 4 NETWORKING

10. Fondazione Museo Storico del Trentino, Fondazione Bruno Kessler, Inco

11. Circoscrizione Povo, Biblioteca Universitaria di Mesiano e contatti non concretizzati poi in attività vere e proprie con realtà locali come Vaia, Mindshub, TEDx Trento.

12. Ass. Il Funanbolo, Studio Craft, Arcivescovile e Artigianelli, Centro Musica

13. Associazione GAS, Tecniche Perfette, CarboGang

14. Associazione Viração&Jangada e Cooperativa Samuele e progetto del Piano Giovani Euforia Circus Festival.

15. Hit, Civico13, SOI, Università di Trento, Euricse, TrentinoSocialTank, Caritro, Ufficio Svolta.

