



## **PIANO PLURIENNALE DI ANIMAZIONE E COMUNICAZIONE**

**(Bando intervento SRG06 Azione B, paragrafo 6.5 – Impegni – Procedure attuative LEADER 2023-2027, par. 4)**

### **GAL Alto Bellunese**

#### **Indice del Piano di animazione e comunicazione**

- 1 - Premessa
- 2 - Target
- 3 - Obiettivi specifici
- 4 - Contenuti e messaggi chiave
- 5 - Animazione
- 6 – Attività, canali e strumenti
- 7 - Risorse
- 8 - Monitoraggio
- 9 - GANTT delle attività

#### **1 - Premessa**

Il Piano di Animazione e Comunicazione (d'ora in poi PAC) rappresenta il principale strumento di pianificazione delle attività di coinvolgimento e partecipazione dei potenziali beneficiari e portatori di interesse territoriali nell'attuazione dello Sviluppo Locale LEADER nell'Alto Bellunese.

Le attività connesse alla comunicazione e all'animazione territoriale mirano anche ad assicurare la trasparenza sugli interventi sostenuti dal FEASR e sui meccanismi di accesso ai fondi, garantendo visibilità e chiarezza sul ruolo svolto dall'UE e dagli enti da essa previsti per l'attuazione delle politiche di sviluppo rurale, quale è il GAL, nonché la possibilità per i cittadini e potenziali futuri beneficiari di verificare se le risorse pubbliche siano spese correttamente e producano benefici per la collettività.

Il PAC 2024-2028 è pensato in primis come strumento di accompagnamento all'efficace attuazione del Programma di Sviluppo Locale (PSL) 2023-2027 T.R.A.C.C.E., ma intende nel contempo delineare le azioni comunicative e di animazione correlate alla chiusura del PSL C.I.M.E., in modo da restituire alla popolazione i risultati raggiunti dalla Strategia di sviluppo locale nel periodo di programmazione 2014-2022.

Il PSL 2023-2027 T.R.A.C.C.E. si fonda sulla *mission* di contribuire a frenare ed invertire il trend di spopolamento dell'area, incentivando la permanenza e l'arrivo di famiglie nel territorio, grazie ad una rinnovata offerta di servizi volti a migliorare la qualità della vita dei residenti e che potranno favorire anche la natalità e la conciliazione scuola-lavoro. Inoltre, il PSL si propone di contribuire a generare

innovazione nell'economia dell'area e nuove opportunità occupazionali, anche alternative ai settori economici trainanti, orientate soprattutto a rafforzare la rete dei servizi alla popolazione e alle imprese (attività commerciali, artigianali e di servizio) e ad utilizzare in chiave sostenibile le risorse naturali locali, quali il paesaggio, i prodotti agricoli ed il legno per generare sviluppo e innovazione del sistema territoriale. La strategia di azione del PSL si rivolge perciò ad un ampio ventaglio di potenziali beneficiari e portatori di interessi, mettendo in campo nel periodo 2024-2028 una serie di interventi tra loro correlati e temporalmente consequenziali, volti al raggiungimento dell'obiettivo generale di rendere il territorio dell'Alto Bellunese più attrattivo all'esterno e più vivibile per i suoi abitanti.

Il Piano di animazione e comunicazione del GAL Alto Bellunese è pertanto ideato come un programma di valenza pluriennale, con obiettivi raggiungibili nell'immediato e obiettivi più a lungo termine.

Il primo anno del quinquennio di programmazione, il 2024, sarà dedicato alla definizione della nuova immagine coordinata del GAL e alla definizione dei nuovi strumenti comunicativi: il nuovo sito, la newsletter, i social, i video promozionali, il materiale divulgativo, i gadget. Questo lavoro di elaborazione, fondamentale, andrà di pari passo con la produzione di contenuti, l'attività promozionale "standard" (la presentazione del PSL e degli avvisi man mano pubblicati, con una campagna pubblicitaria dedicata) e le attività di animazione (legate soprattutto all'accompagnamento alla progettazione e candidatura delle domande di aiuto da parte dei beneficiari e al coinvolgimento della popolazione interessata dall'avvio dei Progetti di comunità, in quest'ultimo caso in maniera coordinata con l'attuazione dell'ISL01). Per semplificare, definiamo il 2024 come l'anno dell'immagine coordinata e delle prime opportunità.

Il 2025 sarà l'anno del consolidamento delle opportunità offerte dal PSL e l'inizio del lavoro di tessitura delle reti a livello territoriale. Gli strumenti definiti nel corso del 2024 continueranno ad essere utilizzati, migliorati, al bisogno revisionati o ristampati. Sarà riservato un focus alla newsletter e alla mailing list (prevediamo un approfondimento e una differenziazione dei pubblici e dei contenuti prodotti) e sarà portata in chiaro la sezione "Progetti" del sito (dove si intende creare un archivio fotografico e documentale di tutti gli investimenti finanziati nell'ambito dei bandi GAL), precedentemente non mostrata, all'interno della quale nel corso dell'anno verranno raccontati i progetti realizzati nella programmazione 2014-2022, con pillole video e un prodotto lungo finale da utilizzare anche per generare occasioni di scambio tra precedenti beneficiari e stakeholder. Tutti i materiali relativi alla programmazione 2014-2022, pur se utilizzati nel corso del 2025, saranno materialmente prodotti nel 2024. L'obiettivo di questi contenuti è di sfruttare la narrazione di quel che è stato fatto per motivare nuovi potenziali beneficiari e "utilizzare" i beneficiari 2014-2022 come testimonial del nuovo PSL – ovviamente facendo attenzione alle differenze di temi e di obiettivi tra le due programmazioni. La proiezione del video sarà anche l'occasione per cominciare a gettare i semi del lavoro di comunicazione e animazione degli anni successivi, dedicato alle reti.

Il 2026 sarà appunto l'anno del tessere reti. La campagna principale, denominata "Fare rete", sarà dedicata proprio alla promozione degli incontri di animazione territoriale pensati per i beneficiari sia della programmazione 2014-2022 sia del nuovo PSL T.R.A.C.C.E., oltre che per gli stakeholder del territorio. L'altro focus tematico dell'anno sarà riservato ai Progetti di comunità, che nel 2026 vedranno attivati gli interventi conclusivi dedicati proprio all'informazione e promozione dei nuovi servizi alla popolazione attivati dai Progetti stessi (ISL05), interventi con cui l'attività di comunicazione del GAL dovrà necessariamente coordinarsi. Per il resto, gli strumenti comunicativi continueranno ad essere utilizzati come impostato negli anni precedenti e aggiornati al bisogno: ad esempio, si prevede di rieditare il volantino di presentazione dell'attività del GAL, di realizzare un video animazione sugli

incontri per i beneficiari e di produrre e inviare ai beneficiari una cartolina di promozione degli incontri stessi.

Il 2027 raccoglierà tre macro temi comunicativi del Piano di animazione e comunicazione pluriennale: le reti, i racconti dei progetti realizzati e i primi risultati raggiunti dal PSL 2023-2027. Continuerà la campagna di comunicazione per il progetto di animazione tra beneficiari (e stakeholder territoriali) “Fare rete”, con la realizzazione di un video-racconto delle attività ad esso connesse. La campagna “Fare rete” sarà affiancata da una seconda campagna dedicata ai primi risultati e racconti dei progetti realizzati nell’ambito del PSL 2023-2027: gli strumenti definiti per la narrazione del PSL 2014-2022 saranno qui riutilizzati come format (se effettivamente si dimostreranno efficaci nel 2026), per cui prevediamo la produzione di video pillole con partecipazione dei beneficiari e schede dedicate ad ogni progetto nell’apposita sezione del video.

Infine, il 2028: l’anno dei risultati, e del futuro. Una buona parte del budget sarà dedicata alla realizzazione, produzione e distribuzione dei contenuti che racconteranno tutti i progetti realizzati e quindi i risultati del PSL 2023-2027: e, in particolare, il video documentario che raccoglie i racconti delle pillole iniziati già nel 2027, una brochure ricca di storie e una cartolina di sintesi. L’altro sforzo comunicativo sarà riservato alla chiusura della campagna “Fare rete”, con la realizzazione di una giornata dei beneficiari (una giornata aziende/enti aperti, per la cittadinanza, durante la quale i beneficiari potranno presentare le proprie attività al pubblico) e un press tour – precedente – presso alcuni degli stessi protagonisti. E anche se il lavoro di elaborazione della nuova Strategia non rientra in questo Piano di animazione e comunicazione, tutti i contenuti saranno pensati anche tenendo conto della loro potenzialità comunicativa in ottica di rafforzamento della partecipazione sia nella definizione delle priorità dello sviluppo rurale dell’Alto Bellunese, sia poi nel cogliere le opportunità del PSL del futuro.

## **2 - Target**

Cittadinanza: chi abita (o desidera abitare) il territorio dell’Alto Bellunese. I cittadini sono assieme co-autori della buona riuscita del PSL, bacino di potenziali beneficiari, target per azioni di diffusione della consapevolezza del ruolo del GAL e dei benefici del PSL, potenziale cassa di risonanza per tutta una serie di contenuti di comunicazione (passaparola, social media) e auspicati partecipanti dei futuri momenti di riflessione sulla direzione da dare allo sviluppo locale dell’Alto Bellunese. Sarà loro indirizzata la maggior parte dei contenuti di comunicazione di tipo generalista.

Beneficiari potenziali: chi potrebbe, per titoli e condizioni, rispondere a uno degli avvisi programmati nel PSL. I beneficiari previsti nella programmazione 2023-2027 sono di vario genere: enti pubblici, enti no profit, persone fisiche, microimprese o piccole imprese del commercio, artigianato e servizi, imprese agricole. Saranno a loro indirizzati soprattutto i materiali specifici riferiti alle opportunità offerte dal PSL e la comunicazione incentrata sull’obiettivo 2 (cfr. paragrafo 3), la promozione delle opportunità 2023-2027.

Beneficiari: chi beneficia o ha beneficiato di un finanziamento nell’ambito delle programmazioni LEADER. I beneficiari sono al contempo potenziali testimonial per la nuova programmazione, potenziali beneficiari futuri e cittadini da coinvolgere nel consolidamento di reti territoriali di collaborazione e scambio. Saranno a volte protagonisti, a volte destinatari della comunicazione del GAL. Per loro è pensata in particolare l’attività di animazione (e animazione-comunicazione) del “Fare rete”, che ha per

obiettivo proprio contribuire a creare conoscenze, scambi e collaborazioni tra beneficiari e tra beneficiari e stakeholder del territorio.

Stakeholder: i portatori di interesse del territorio, realtà rappresentative di specifiche esigenze, interlocutori preziosi specialmente in alcune fasi dell'attuazione del PSL o per la realizzazione di alcune progettualità, come i Progetti di comunità o la definizione dei futuri indirizzi dello sviluppo rurale nell'Alto Bellunese. Gli stakeholder, come accennato sopra, sono poi preziosi nell'ottica della creazione di reti virtuose tra chi abita, desidera abitare e vuole investire nel territorio del GAL. A loro saranno dedicate comunicazioni incentrate su alcune tematiche (ad es. i Progetti di comunità, le reti) e potenzialmente una newsletter specifica.

Soci: i 19 componenti del partenariato GAL Alto Bellunese. Tutte le comunicazioni del GAL sono anche per il suo partenariato; alcuni materiali divulgativi e gadget sono pensati in primis per loro (ad es. un libro del PSL 2023-2027, calendari e agende).

### **3 - Obiettivi specifici**

NOTA: I seguenti obiettivi sono utilizzati nello schema comune annuale utilizzando come riferimento il numero a ciascuno assegnato.

1. Aumentare e migliorare gli strumenti di comunicazione a disposizione del GAL Alto Bellunese.  
Ambito: Comunicazione.  
Target: Cittadinanza.  
Descrizione: l'obiettivo specifico 1 verrà sviluppato soprattutto nel corso del primo anno di programmazione, il 2024, dedicato alla definizione della nuova immagine coordinata e ai nuovi strumenti comunicativi del GAL. Nel corso del quinquennio torna in occasione dell'introduzione di nuovi materiali e prodotti di comunicazione.
2. Aumentare la conoscenza delle opportunità del PSL per il territorio.  
Ambito: Animazione + Comunicazione.  
Target: Potenziali beneficiari.  
Descrizione: questo obiettivo comprende tutte le occasioni di animazione e comunicazione in cui si illustrano le opportunità del PSL: dalla pubblicazione degli avvisi ai video dei beneficiari, dai comunicati stampa agli incontri pubblici.
3. Ridurre la distanza – fisica e percepita – del GAL come istituzione.  
Ambito: Animazione + Comunicazione.  
Target: Cittadinanza.  
Descrizione: ovvero, insieme, semplificare la complessità della comunicazione, spesso molto tecnica, e ovviare alle distanze reali tra le valli dell'Alto Bellunese.
4. Migliorare la comprensione delle comunicazioni e delle procedure tecniche.  
Ambito: Comunicazione.  
Target: Beneficiari.  
Descrizione: obiettivo trasversale alla comunicazione, incentrata sulla semplificazione del linguaggio tecnico e sul pensare tutti i prodotti per chi ne usufruirà, non per chi li produce. Potrebbe essere un obiettivo segnato nello schema di fianco a ogni prodotto o azione comunicativa, si è scelto di esplicitarlo solamente in caso di prodotti che riguardano contenuti tecnici.

5. Accrescere le occasioni, anche strutturate, per fare rete: tra beneficiari, imprese, cittadini del territorio.

Ambito: Animazione.

Target: Cittadinanza, beneficiari, stakeholder.

Descrizione: questo obiettivo è centrale soprattutto nella seconda parte del quinquennio, e comprende tutte le attività pensate per stimolare scambio e collaborazione tra beneficiari, cittadini, stakeholder, nella convinzione che lo sviluppo locale non possa davvero avverarsi, senza il rafforzamento dei legami tra chi nel territorio sceglie di investire.

#### 4 - Contenuti e messaggi-chiave

##### Contenuti:

1. Il GAL è: Servizi per il territorio.

Il messaggio fondamentale è che, grazie agli avvisi veicolati e definiti dal GAL Alto Bellunese, con la programmazione 2023-2027 il territorio si arricchisce di nuovi servizi e rafforza alcuni dei servizi esistenti per la popolazione - con strumenti come i Progetti di comunità, i bandi degli interventi ISL04 e SRG07.

Riferimenti:

- Ambito tematico 1 “Innovazione e inclusione sociale e miglioramento dei servizi per la popolazione e degli spazi di vivibilità collettivi”;
- Obiettivi specifici del PSL:
  - OB 1.1 Migliorare ed incrementare le infrastrutture ed i servizi alla popolazione, anche ai fini di stimolare processi di socializzazione;
  - OB 1.2 Favorire la creazione di reti e la cooperazione tra gli attori locali per stimolare lo sviluppo di progetti integrati e innovativi;
  - OB 1.3 Accrescere l'attrattività del territorio, al fine di favorire la residenza di nuove famiglie, di risorse umane qualificate e l'insediamento di nuove imprese;
  - OB 2.2 Sviluppare le attività imprenditoriali extra agricole, incentivando processi di innovazione e diversificazione dell'economia locale, volti anche a potenziare i servizi offerti alla popolazione.

2. Il GAL è: Sostegno all'economia locale.

Il messaggio chiave è che, grazie agli avvisi veicolati e definiti dal GAL Alto Bellunese, con la programmazione 2023-2027 potranno nascere nuove imprese o potranno rafforzarsi imprese commerciali, artigianali e di servizio già esistenti, e le aziende agricole potranno ammodernarsi e diversificare la propria offerta - con strumenti come i bandi degli interventi ISL02, ISL03, ISL06, SRD03.

Riferimenti:

- Ambito Tematico 2 “Diversificazione, integrazione e innovazione dell'economia locale”.
- Obiettivi specifici del PSL:
  - OB 2.1 Creare e sostenere l'occupazione e l'inclusione sociale, favorendo la nascita di nuove micro e piccole imprese;

- OB 2.2 Sviluppare le attività imprenditoriali extra agricole, incentivando processi di innovazione e diversificazione dell'economia locale, volti anche a potenziare i servizi offerti alla popolazione;
- OB 2.3 Sostenere l'attività delle aziende agricole del territorio, promuovendone la diversificazione, la multifunzionalità ed il ricambio generazionale.

### 3. Il GAL per l'attrattività del territorio

Il messaggio, meno immediato dei due precedenti, è che con la sua azione il GAL Alto Bellunese, proprio perché contribuisce a potenziare e stimolare i servizi di base alla popolazione e supporta lo sviluppo delle imprese locali, partecipa indirettamente alla crescita di attrattività del territorio tutto. Questo è vero per tutte le azioni previste dalla Strategia – forse risulta particolarmente evidente per i Progetti di comunità 2 e 3 e per l'intervento ISL05.

Riferimenti:

- Ambito tematico 1 “Innovazione e inclusione sociale e miglioramento dei servizi per la popolazione e degli spazi di vivibilità collettivi” e 2 “Diversificazione, integrazione e innovazione dell'economia locale”.
- Obiettivi specifici del PSL:
  - OB 1.1 Migliorare ed incrementare le infrastrutture ed i servizi alla popolazione, anche ai fini di stimolare processi di socializzazione;
  - OB 1.3 Accrescere l'attrattività del territorio, al fine di favorire la residenza di nuove famiglie, di risorse umane qualificate e l'insediamento di nuove imprese;
  - OB 2.1 Creare e sostenere l'occupazione e l'inclusione sociale, favorendo la nascita di nuove micro e piccole imprese.

### 4. Tu, protagonista del tuo territorio

Trasversale a tutta la comunicazione, l'ultimo messaggio fondamentale è la centralità di ogni singolo abitante del territorio. Per l'Alto Bellunese è vitale che i suoi abitanti (r)esistano, qui, ed è altrettanto vitale che si sentano determinanti per il futuro del luogo in cui vivono. L'invito, implicito ed esplicito, è alla partecipazione.

Riferimenti:

- Ambito tematico 1 “Innovazione e inclusione sociale e miglioramento dei servizi per la popolazione e degli spazi di vivibilità collettivi”.
- Obiettivi specifici del PSL:
  - OB 1.2 Favorire la creazione di reti e la cooperazione tra gli attori locali per stimolare lo sviluppo di progetti integrati e innovativi.

### **Messaggi chiave:**

#### 1. L'Alto Bellunese sei tu.

La tua partecipazione è fondamentale e c'è perciò chi investe su di te.

#### 2. Alto Bellunese 365 giorni all'anno.

L'Alto Bellunese non è solo un bel posto dove andare in vacanza: il GAL ha l'obiettivo di rendere vivibile e attrattivo il suo territorio 365 giorni all'anno, per chi già lo abita e per chi potrebbe desiderare abitarlo.

#### 3. La montagna non è solitudine.

Da sempre, le terre alte sono difficili da abitare. E – lo sapevano i nonni, e anche i bis-bis-nonni – la resilienza, in montagna, è nella maggior parte dei casi collettiva. Ecco perché, al di là degli investimenti a singoli privati/enti/imprese, il GAL Alto Bellunese in questa progettazione investe tanto nel fare rete, nei Progetti di comunità e in azioni dedicate alla cooperazione.

## **5 - Animazione**

L'attività di animazione del GAL Alto Bellunese sarà incentrata soprattutto attorno agli ambiti della progettazione (come si progetta, la declinazione operativa dei Progetti di comunità e dei servizi da questi attivati) e del fare rete.

Si prevede di realizzare alcuni laboratori di progettazione, soprattutto tra 2024 e 2025, per dare a quante più persone gli strumenti base per leggere gli avvisi, scegliere di parteciparvi e definire un proprio progetto in relativa autonomia, oltre a una serie di tavoli dedicati ai Progetti di comunità – sia per il “Dopo di noi” (PC1) che per il potenziamento dell'offerta di residenzialità del personale pubblico (PC2 e PC3) - è fondamentale la consapevolezza e il coinvolgimento attivo del territorio, anche di chi non è direttamente interessato dal problema/progetto.

Nell'arco del quinquennio sono previsti numerosi incontri pubblici informativi, in merito alle opportunità del PSL: non tutti questi incontri hanno l'obiettivo di svolgere anche attività di animazione, ma in alcuni casi si prevede di coinvolgere alcuni beneficiari passati, che possano rafforzare il messaggio con le loro esperienze, e stimolare l'attivazione del pubblico (e di potenziali beneficiari), sia nella modalità classica del dibattito sia nella modalità tipo biblioteca vivente (con focus tematici del tipo: “tutto quello che è andato male”, “tutto quello a cui non avevo pensato”, “i dettagli importanti”, etc.).

Specie nella fase centrale della programmazione, un importante focus – anche comunicativo – sarà dedicato al “fare rete”, uno degli obiettivi principali del PAC del GAL Alto Bellunese. I materiali comunicativi, molti e variegati, saranno al servizio dell'attività di animazione, in questo campo prioritaria: una serie di incontri distribuiti sia territorialmente che temporalmente punteranno a coinvolgere i beneficiari della programmazione 2014-2022, oltre che dell'attuale, e gli stakeholder del territorio, in un'attività di riflessione sul futuro del sistema locale e di creazione di conoscenze, scambio di competenze e collaborazione tra attori dell'Alto Bellunese.

## **6 - Attività (canali e strumenti)**

Come premesso al paragrafo 1, il PAC del GAL Alto Bellunese ragiona in un'ottica pluriennale – dove ciascun anno ha i propri macro obiettivi – e poi per obiettivi più immediati, concreti, direttamente connessi allo strumento o prodotto comunicativo realizzato.

In generale, la primissima fase del Piano è dedicata, assieme alla promozione delle prime opportunità del PSL (avvisi in uscita nel 2024), alla definizione della nuova immagine coordinata del GAL, alla scelta e impostazione degli strumenti continuativi di comunicazione e alla sistematizzazione dei materiali esistenti. Gli strumenti comunicativi che verranno impostati a inizio programmazione sono: il nuovo sito web, la nuova newsletter, i social Facebook e Instagram con il piano editoriale delle uscite, i materiali divulgativi cartacei (libro PSL, brochure PSL, volantino GAL, schede avvisi), e di servizio

(cartelline, buste, biglietti da visita, carta intestata, roll up) e i gadget (matite, tazze, calendario e agenda annuale).

Nel corso del primo e del secondo anno di attività (2024-2025) verranno inoltre introdotti due strumenti nuovi per il GAL Alto Bellunese, ovvero il video di animazione, puramente informativo (sull'attività del GAL e sulle opportunità di finanziamento), e il video di riprese, narrativo (per pillole da usare anche nei social e in forma estesa, tipo documentario anche da proiettare). I video diventano strumento centrale nel Piano del GAL e nelle sue campagne di comunicazione e saranno utilizzati sia come strumenti di comunicazione (appuntamento, nei social, nel sito, in passaggi televisivi, etc.) sia come occasioni di animazione territoriale (es. negli incontri per beneficiari).

IL GAL Alto Bellunese continuerà ad utilizzare lo strumento dei comunicati e delle conferenze stampa, e negli anni lavorerà per rafforzare, migliorare ed estendere la rete di contatti stampa, con l'obiettivo di costruire, con alcune testate, rapporti continuativi e fruttuosi, e sperimentando anche delle sponsorizzazioni (soprattutto passaggi radio e video soprattutto nelle tv locali). Al termine del percorso l'obiettivo è realizzare un primo press-tour alla scoperta concreta dei risultati del PSL 2023-2027.

Le campagne di comunicazione previste sono:

1. Opportunità del PSL 2023-2027: anno 2024, 2025

In concomitanza con il programma di pubblicazione degli avvisi del PSL 2023-2027, una campagna che utilizzerà strumenti multipli (dai classici comunicati stampa al sito, e poi la newsletter, i social, i video di animazione, laboratori di progettazione, incontri pubblici...) per far sì che quanti più potenziali beneficiari vengano a conoscenza delle opportunità loro riservate.

2. PSL 2014-2020, cosa è stato fatto: produzione 2024, diffusione 2024 e 2025

In concomitanza con il principale periodo di pubblicazione degli avvisi del PSL 2023-2027, e proprio per rafforzare l'interesse di potenziali beneficiari, il racconto (video, ma non solo) di chi, grazie al PSL 2014-2022, ha realizzato un proprio obiettivo. Pur consapevoli del ritardo di questo racconto e consci del rischio confusione tra tematiche e avvisi diversi, crediamo questi contenuti possano essere molto utili alla narrazione del nuovo PSL. Inoltre, punteremo a coinvolgere i beneficiari anche in alcuni incontri pubblici, per raccontare – davvero – cosa vuol dire partecipare a un bando.

3. Fare rete: anni 2026, 2027

Con il 2026 terminano i bandi: è allora il momento di costruire occasioni di incontro, confronto, scambio e cooperazione tra beneficiari (sia della programmazione 2014-2022 che nuovi), e tra beneficiari e territorio. Anche questa campagna coinvolgerà, in tempi diversi, tutti gli strumenti comunicativi del GAL: nello specifico, realizzeremo una cartolina di invito da inviare a tutti i beneficiari.

4. PSL 2021-2027, cosa è stato fatto: anno (2027) 2028

Questa volta si intende raccontare quel che si è fatto, grazie al PSL 2023-2027, nel corso della stessa programmazione: la campagna PSL 2023-2027 ricalca, per strumenti, quella al punto 2, ma avviene quasi contemporaneamente alla realizzazione materiale degli investimenti. Ipotizziamo possa essere anche funzionale al lavoro di elaborazione della futura Strategia di sviluppo locale e ancora di più, al Piano di comunicazione e animazione della prossima programmazione.

5. La giornata dei beneficiari: anno 2028

L'ultima campagna per ora ideata è la promozione di una giornata dei beneficiari del PSL 2023-2027, al termine del percorso "Fare rete". Oltre ai classici strumenti di comunicazione, in previsione di questa giornata aperta di presentazione delle attività nate o sviluppate grazie al PSL, sarà anche organizzato un press-tour per la stampa presso alcuni dei beneficiari.

Anno di attività	2024: L'IMMAGINE COORDINATA, LE PRIME OPPORTUNITÀ				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
<b>Web e social</b>	Nuovo sito <a href="http://www.galaltobellunese.com">www.galaltobellunese.com</a>	Sistematizzazione sito web, con nuova immagine coordinata. Novità assoluta la possibilità per l'utente di cercare bandi e avvisi di proprio interesse attraverso una maschera di ricerca a sua misura	Tutti	1, 2, 3, 4	C
	Nuova newsletter	Opportunità GAL (ma non solo) per lo sviluppo rurale, news dal GAL, appuntamenti e incontri sul territorio	Iscritti (ampliare a stakeholder, potenziali beneficiari)	1, 2	C
	Canali social: Facebook, Instagram (ideazione del piano editoriale)	Opportunità per il territorio e per chi lo abita, appuntamenti, pillole "Cosa fa il GAL"	Cittadinanza Beneficiari	1, 2, 3	C
<b>Eventi e incontri</b>	Presentazione PSL nel territorio	Incontri pubblici per spiegare il PSL nei vari territori del GAL	Cittadinanza Stakeholder Beneficiari	2, 3, 5	C o A/C
	Presentazione avvisi nel territorio	Incontri pubblici per spiegare i bandi in previsione della loro pubblicazione	Potenziali beneficiari	2, 3, 5	C o A/C
	Tavoli per i Progetti di comunità	Incontri on to one sui 3 progetti di comunità selezionati, volti a coinvolgere i territori interessati nella loro formulazione	Cittadinanza Stakeholder Beneficiari	3, 5	A/C

		esecutiva e attuazione (inclusa presentazione avvisi, in coordinamento con ISL01)			
<b>Campagne pubblicitarie</b>	Opportunità 2024 GAL (passaggi video / radio / spazi giornali / social)	I bandi, man mano che vengono pubblicati	Cittadinanza Beneficiari	1, 2	C
<b>Ufficio stampa</b>	Comunicati stampa	Pubblicazione bandi, incontri pubblici, altri eventi o news di forte interesse generale	Cittadinanza Potenziali beneficiari	2	C
<b>Materiali e pubblicazioni</b>	Nuovi materiali divulgativi: libro PSL 2023-2027, brochure, volantino, cartellina, biglietti di visita, busta, carta intestata, schede avvisi, roll up	Materiali sia di servizio (buste, carta intestata, cartellina, roll up), sia di comunicazione specifica del PSL, tutti allineati con la nuova immagine coordinata	Cittadinanza Beneficiari Soci	1, 2, 4	C
	Gadget: matite, block notes	Strumenti di comunicazione a rinforzo della nuova immagine coordinata	Cittadinanza Beneficiari Soci	1, 3	C
<b>Video e prodotti multimediali</b>	-	-	-	-	-
<b>Altre attività</b>	-	-	-	-	-

Anno di attività	2025: LE OPPORTUNITÀ, TESSERE LE RETI				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
<b>Web e social</b>	Newsletter: coerenza e continuità	Dare forma, coerenza e continuità nei contenuti alla newsletter, iniziare a studiare come attuare una differenziazione di pubblici	Cittadinanza Stakeholder Potenziali beneficiari	1, 2	C
	Social media (FB, IG, LinkedIn)	Con una comunicazione semplice ma mai banalizzante, o troppo amicale (il GAL rimane un'istituzione), si presenteranno a un bacino di follower auspicabilmente in crescita le opportunità offerte dal GAL. Apertura della pagina LinkedIn del GAL	Cittadinanza Beneficiari	1, 2, 3	C
	Sezione Progetti del sito web, riempimento	Il lavoro di raccolta delle esperienze e delle storie dei beneficiari dell'attuale programmazione andrà a riempire la sezione del sito Progetti	Tutti, in particolare beneficiari (attuali e potenziali)	1, 2, 3, 5	C
<b>Eventi e incontri</b>	Presentazione avvisi sul territorio	Incontri pubblici per spiegare i bandi in previsione della loro pubblicazione	Potenziali beneficiari	2, 3, 5	C o A/C
	Tavoli per i Progetti di comunità	Eventi one to one volti a coinvolgere i territori interessati nell'attuazione dei Progetti e nella strutturazione dei servizi che questi intendono attivare (in coordinamento con ISL01)	Cittadinanza Stakeholder Beneficiari	3, 5	C/A

	Incontri Fare rete, tra beneficiari	Incontri per strutturare momenti di confronto tra beneficiari, e per cominciare a tessere relazioni proficue tra gli stessi, ed eventualmente con gli stakeholder del territorio	Beneficiari Stakeholder	1, 3, 5	A
<b>Campagne pubblicitarie</b>	Opportunità 2025 GAL (passaggi video / radio / spazi giornali, social)	I bandi, man mano che vengono pubblicati	Cittadinanza Beneficiari	1, 2	C
<b>Ufficio stampa</b>	Comunicati stampa	In occasione della pubblicazione di bandi, di incontri pubblici o altri eventi	Cittadinanza Potenziali beneficiari	2	C
	Conferenze stampa	Ad esempio, per raccontare nel dettaglio i Progetti di comunità, o per lanciare il video dei progetti realizzati, etc.	Cittadinanza Stakeholders	2	C
<b>Materiali e pubblicazioni</b>	Materiali divulgativi: nuove schede avvisi ed eventuali ristampe (libro PSL, brochure, volantino, cartellina, biglietti di visita, busta, carta intestata)	Materiali in continuità con l'anno precedente	Cittadinanza Beneficiari Soci	2, 4	C
	Gadget: matite, blocchi notes	Materiali in continuità con l'anno precedente	Cittadinanza Beneficiari Soci	3	C
<b>Video e prodotti multimediali</b>	Video animazione per pubblicazione avvisi	Video leggeri ed esplicativi pensati per la pubblicazione di ogni nuovo avviso. Video di grafica animata (no riprese), l'obiettivo è la chiarezza e la call to action	Cittadinanza Potenziali beneficiari	1, 2, 3	C
	Video animazione: come si presenta domanda?	Video animazione che spiega in pochi secondi (max 30') come presentare domanda per partecipare a un qualsiasi	Beneficiari	1, 2, 4	C

		bando GAL			
<b><i>Altre attività</i></b>	-	-	-	-	-

Anno di attività	2026: TESSERE LE RETI				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
<b>Web e social</b>	Sito <a href="http://www.galaltobellunese.com">www.galaltobellunese.com</a>	Dopo due anni di utilizzo, prevediamo una verifica della struttura e pagine del sito con eventuale aggiornamento o implementazioni di nuove sezioni	Tutti	1, 2, 3, 4	C
	Newsletter	Opportunità dello sviluppo rurale, notizie ed eventi, progetti realizzati o in corso di realizzazione, primi risultati PSL, campagna Fare rete. Inoltre, il lavoro sarà anche quello attuare una differenziazione di pubblici (con conseguente lavoro sulla mailing list) e di contenuti	Cittadinanza Stakeholder Potenziali beneficiari	2, 4	C
	Social media (FB, IG, Linkedin, Canale whatsapp)	Progetti già realizzati, pillole beneficiari (testimonial), opportunità dello sviluppo rurale, notizie ed eventi GAL, primi risultati PSL, campagna Fare rete. Apertura del canale whatsapp, con comunicazione in linea con gli altri social	Cittadinanza Beneficiari	2, 3	C
	Social media (FB, IG, Linkedin, Canale whatsapp)	Comunicazione dei Progetti di comunità	Cittadinanza Stakeholder	2, 5	C
<b>Eventi e incontri</b>	Tavoli per i Progetti di comunità	Incontri one to one di animazione per coinvolgere beneficiari degli interventi e potenziali utenti dei servizi attivati/in corso di attivazione (in coordinamento con ISL01)	Cittadinanza Stakeholder	3, 5	A

	Incontri Fare rete, tra beneficiari	Incontri per strutturare momenti di confronto tra beneficiari, e per cominciare a tessere relazioni proficue tra gli stessi, ed eventualmente con gli stakeholder del territorio	Beneficiari Stakeholder	5	A
<b>Campagne pubblicitarie</b>	I beneficiari e i progetti finanziati, pillole (campagna social e organico)	In pillole, il racconto dei beneficiari e dei progetti finanziati che hanno realizzato un sogno grazie a LEADER 2023 - 2027: i loro consigli. Campagna social che mostra le opportunità del PSL, concretizzate, e "usa" i beneficiari come testimonial del PSL	Cittadinanza	2, 3	C
	Cosa fa il GAL, progetti realizzati e consigli dai beneficiari, video finale (passaggi video)	Un video lungo, tipo documentario, comprensivo delle storie raccolte nelle pillole, che possa essere proiettato in varie occasioni, e sia lo spunto per raccontare il PSL e che cosa fa il GAL	Cittadinanza	2, 3	C
	I progetti di comunità	Informare il territorio sull'avanzamento dei Progetti e sui nuovi servizi di prossima attivazione	Cittadinanza Stakeholder	2, 5	C
	Fare rete	Campagna di promozione degli incontri di animazione pensati per tessere reti virtuose e proficue tra beneficiari	Beneficiari	3,5	C/A
<b>Ufficio stampa</b>	Comunicati stampa	Progetti di comunità, primi risultati PSL, lancio incontri nel territorio, campagna Fare rete	Cittadinanza Beneficiari	2	C
	Conferenze stampa	Presentazione progetti di comunità, primi risultati PSL, campagna Fare rete	Cittadinanza Beneficiari	2	C

<b>Materiali e pubblicazioni</b>	Nuovi materiali divulgativi	Rivisitare il volantino del 2024 (cosa fa il GAL), inserendo la campagna Fare rete Cartolina Fare rete, da inviare a tutti i beneficiari 2014-2020 e 2023-2027	Cittadinanza Beneficiari	1, 2, 3, 5	C
	Materiali divulgativi, eventuali ristampe	Cartellina, biglietti di visita, busta	Cittadinanza Beneficiari Soci	2, 4	C
	Gadget	Matite, Block notes, shopper, calendario 2027	Cittadinanza Beneficiari Soci	3	C
<b>Video e prodotti multimediali</b>	Video animazione Fare rete	Video di lancio della serie di incontri Fare rete tra beneficiari	Beneficiari	1, 2, 5	C
	Pillole video progetti realizzati e beneficiari (produzione 2026, distribuzione 2026)	Video brevi per raccontare le storie dei beneficiari della programmazione 2023-2027	Cittadinanza Potenziali beneficiari	1, 2, 3	C
	Video lungo progetti realizzati, call to action (produzione 2026, distribuzione 2026)	Un video lungo, tipo documentario, comprensivo delle storie raccolte nelle pillole	Cittadinanza Potenziali beneficiari	1, 2, 3	C
<b>Altre attività</b>	-	-	-	-	-

Anno di attività	2027: PRIMI RISULTATI, RETI E RACCONTI				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
<b>Web e social</b>	Newsletter	Opportunità dello sviluppo rurale, notizie ed eventi, progetti realizzati o in corso di realizzazione, risultati PSL, campagna Fare rete	Cittadinanza Stakeholder	2	C
	Social media (FB, IG)	Progetti già realizzati, pillole beneficiari (testimonial), opportunità dello sviluppo rurale, notizie ed eventi GAL, risultati PSL, campagna Fare rete	Cittadinanza Beneficiari	2, 3	C
	Sezione Progetti del sito web, riempimento	Il lavoro di raccolta delle esperienze e delle storie dei beneficiari della programmazione 2023-2027	Tutti, in particolare beneficiari	2, 3, 5	C
<b>Eventi e incontri</b>	Incontri Fare rete, tra beneficiari	Incontri per strutturare momenti di confronto tra beneficiari, e per cominciare a tessere relazioni proficue tra gli stessi, ed eventualmente con gli stakeholder del territorio	Beneficiari Stakeholder	5	A
<b>Campagne pubblicitarie</b>	Fare rete	Campagna di promozione degli incontri tra beneficiari e dei primi risultati in termini di creazione di reti	Cittadinanza Beneficiari	2, 3	C
	PSL 2023-2027, i progetti realizzati e i primi risultati	Campagna per raccontare come sta andando il PSL 2023-2027: primi progetti realizzati, primi risultati	Cittadinanza Stakeholder	2, 3	C

<b>Ufficio stampa</b>	Comunicati stampa	Progetti di comunità, primi risultati PSL, lancio incontri Fare rete	Cittadinanza Beneficiari	2	C
	Conferenze stampa	Presentazione progetti di comunità, primi risultati PSL, campagna Fare rete	Cittadinanza Beneficiari	2	C
<b>Materiali e pubblicazioni</b>	Materiali divulgativi, eventuali ristampe	Volantino, cartolina, cartellina, biglietti di visita, busta	Cittadinanza Beneficiari Soci	2, 4	C
	Gadget	Matite, Block notes, shopper, calendario 2028	Cittadinanza Beneficiari Soci	3	C
<b>Video e prodotti multimediali</b>	Pillole video progetti realizzati	Video brevi (da usare nei social e da pubblicare nella sezione Progetti del sito) per raccontare le storie dei beneficiari della programmazione 2023-2027	Cittadinanza	2, 3	C
	Video Fare rete	Il racconto video della campagna Fare rete, con racconti diretti dai beneficiari	Cittadinanza Beneficiari	2, 3	C
<b>Altre attività</b>	-	-	-	-	-

Anno di attività	2028: I RISULTATI, E IL FUTURO				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
<b>Web e social</b>	Newsletter	Opportunità dello sviluppo rurale, notizie ed eventi, progetti realizzati o in corso di realizzazione, risultati PSL, incontri Fare rete	Cittadinanza Stakeholder Beneficiari	2, 3, 4	C
	Social media (FB, IG)	Progetti già realizzati, pillole beneficiari (testimonial), opportunità dello sviluppo rurale, notizie ed eventi GAL, risultati PSL, incontri Fare rete	Cittadinanza Beneficiari	2, 3	C
	Sezione Progetti del sito web, riempimento	Il lavoro di raccolta delle esperienze e delle storie dei beneficiari della programmazione 2023-2027	Tutti, in particolare beneficiari	2, 3	C
<b>Eventi e incontri</b>	Incontri Fare rete, tra beneficiari. L'occasione è la presentazione del video finale	Incontri per strutturare momenti di confronto tra beneficiari, e per tessere relazioni proficue tra gli stessi, ed eventualmente con gli stakeholder del territorio	Beneficiari Stakeholder	3, 5	A
	La giornata dei beneficiari	Una giornata "aziende/enti aperti" durante la quale i beneficiari raccontano le proprie attività in prima persona	Cittadinanza	1, 2, 3, 5	C/A
<b>Campagne pubblicitarie</b>	I progetti realizzati, pillole (sponsorizzate social)	In pillole, il racconto dei progetti realizzati nel corso della programmazione 2023-2027: campagna social che mostra le opportunità del PSL, concretizzate, e "usa"	Cittadinanza	2, 3	C

		i beneficiari come testimonial del PSL			
	I progetti realizzati, video finale (passaggi video)	Un video lungo, tipo documentario, comprensivo delle storie raccolte nelle pillole, che possa essere proiettato in varie occasioni, e sia lo spunto per lanciare la partecipazione alla stesura della nuova Strategia	Cittadinanza Stakeholder	2, 3	C
	La giornata dei beneficiari	Promo video animazione per lanciare l'evento, sponsorizzazione sui social, invio NL, manifesti	Cittadinanza Beneficiari	1, 2, 3, 5	C/A
<b>Ufficio stampa</b>	Comunicati stampa	Risultati PSL, giornata dei beneficiari, altri eventi o incontri o news	Cittadinanza	2	C
	Conferenze stampa	Risultati PSL, giornata dei beneficiari	Cittadinanza	2	C
	La giornata dei beneficiari: press tour	Press tour per giornalisti locali e regionali presso alcuni beneficiari della programmazione 2023-2027	Stampa Cittadinanza	2, 3	C
<b>Materiali e pubblicazioni</b>	Materiali divulgativi	Brochure con risultati e progetti realizzati grazie al PSL 2023-2027 Cartolina con i risultati del PSL 2023-2027	Cittadinanza Beneficiari Soci	1, 2, 4	C
	Gadget	Matite, Block notes, shopper	Cittadinanza Beneficiari Soci	3	C
<b>Video e prodotti multimediali</b>	Pillole video progetti realizzati	Video brevi (da usare nei social e da <u>pubblicare</u> nella sezione Progetti del sito) per raccontare le storie dei beneficiari della	Cittadinanza Potenziali beneficiari	1, 2, 3	C

		programmazione 2023-2027			
	Video lungo progetti realizzati	Un video lungo, tipo documentario, comprensivo delle storie raccolte nelle pillole	Cittadinanza Potenziali beneficiari	1, 2, 3	C
<b>Altre attività</b>	-	-	-	-	-

## 7 - Risorse

Aree di attività	Risorse programmate (euro)				
	2024*	2025*	2026	2027	2028
Web e social	7.808,00	1.639,68	2.360,32	2.000,00	2.000,00
Eventi e incontri	0,00	0,00	2.500,00	2.500,00	3.000,00
Campagne pubblicitarie	0,00	6.771,49	5.728,51	5.000,00	8.000,00
Ufficio stampa	0	0	578	500,00	3.000,00
Materiali e pubblicazioni	6.132,21	2.318,73	4.681,27	3.000,00	7.000,00
Video e prodotti multimediali	0,00	1.440,00	12.060,00	7.000,00	15.000,00
Altre attività	0,00	0	0,00	0,00	0,00
<b>TOTALE annualità</b>	13.940,21	12.169,90	27.908,10	20.000,00	38.000,00
<b>TOTALE complessivo</b>	112.018,21 (di cui 98.078,00 nel periodo 2025-2028)				

Risorse previste nel PSL per SRG06 Azione B categoria B2: 98.078,00 euro

\*per gli anni 2024-2025 si riportano le spese effettive

Spese ammesse Categoria B2:

- informazione, comunicazione, pubblicità e trasparenza legate all'implementazione delle SSL (realizzazione ed aggiornamento sito internet del GAL, campagne di informazione, pubblicazioni cartacee e digitali, targhe informative, ecc.)
- progettazione degli interventi legati alla strategia integrata di sviluppo locale: spese per l'organizzazione di seminari, convegni, workshop con operatori locali (beneficiari o potenziali tali) per svilupparne la capacità di elaborare e attuare operazioni
- realizzazione e divulgazione di studi, ricerche e materiale informativo

## 8 - Monitoraggio

L'andamento del piano pluriennale verrà monitorato attraverso i seguenti strumenti:

### 1. WEB

- Dati tipo Analytics (stiamo lavorando in queste settimane al programma) in merito ad accessi e comportamento utenti nel sito web.
- Dati newsletter su numero iscritti, tassi di apertura, numero di click.
- Dati social (FB e IG) su numero follower, reazione ai contenuti pubblicati, report eventuali sponsorizzate.

2. Eventi e incontri
  - Foglio firme dei presenti (con casella “sei venuto a conoscenza di questo incontro da \_\_\_”).
3. Campagne stampa
  - Costi inserzioni e spazi pubblicitari, numero campagne e numero passaggi.
4. Ufficio stampa
  - Rassegna stampa uscite.
5. Materiali e pubblicazione
  - Costi grafiche e stampe, tipo e numero prodotti.
6. Video e prodotti multimediali
  - Costo, numero e tipo di prodotti multimediali realizzati. Per i video, numero passaggi e like su piattaforma.

Tutti questi dati saranno rielaborati, in maniera sintetica, nel report annuale delle attività di comunicazione e animazione. Ovviamente i dati di risultato saranno affiancati dai dati dei costi, per monitorare in maniera analitica il rapporto costi/benefici dei singoli prodotti comunicativi e (re)orientare le scelte successive.

## **9 - GANTT delle attività**

Si rimanda all'Allegato A del PAC per un prospetto GANTT delle attività previste.

## **10 - Aggiornamento del Piano**

### **Aggiornamento 2025**

Prima di illustrare nel dettaglio le variazioni introdotte nel Piano di Animazione e Comunicazione, si specifica che l'aggiornamento di dicembre 2025 ha interessato esclusivamente la parte finale del presente documento, a partire dal paragrafo 6 e, in particolare, dalla tabella di sintesi delle azioni previste. In questa tabella (pagine 9–16) sono riportate, per gli anni 2024 e 2025, solamente le attività effettivamente realizzate. Allo stesso modo, con riferimento alle risorse finanziarie (paragrafo 7), per i medesimi anni sono indicate le spese realmente sostenute.

Nel corso del 2024 non è stato possibile portare a termine alcune azioni inizialmente programmate, in particolare quelle relative alla produzione video e all'animazione multimediale. Considerata tuttavia la rilevanza di tali strumenti per la promozione delle opportunità offerte dal GAL, si è proceduto a una parziale riprogrammazione delle iniziative: alcune sono state avviate nel 2025, come il video di animazione “Come presentare una domanda?”, mentre altre verranno sviluppate nel 2026. Queste ultime includono la realizzazione e la diffusione di pillole video dedicate ai progetti finanziati e ai beneficiari, nonché la produzione di un video lungo incentrato sui progetti realizzati. In tale contesto, l'attenzione sarà rivolta esclusivamente ai beneficiari e ai progetti realizzati dell'attuale programmazione, escludendo il periodo precedente. Contestualmente, anche la campagna pubblicitaria collegata a questi contenuti è stata rinviata al 2026 e sarà orientata a rafforzare la conoscenza del ruolo e delle funzioni del GAL.

Per quanto concerne i laboratori di progettazione previsti nel biennio 2024–2025 ma non svolti, si è scelto di non riproporli, in quanto ritenuti poco coerenti con le attività da realizzare fino alla conclusione della programmazione. Anche i Tavoli per i Progetti di comunità, inseriti tra gli eventi e gli

incontri, hanno subito una rimodulazione rispetto alla pianificazione iniziale: pur essendo stati attivati, non si sono svolti in forma collettiva, ma attraverso incontri individuali su richiesta. Questa modalità si è dimostrata più efficace nel supportare i potenziali beneficiari nella presentazione delle domande di partecipazione ai bandi ed è stata adottata per gli anni 2024, 2025 e 2026.

Nel 2025 è stata inoltre aperta la pagina LinkedIn del GAL, utilizzata sia per la ricerca di una nuova risorsa da inserire nello staff sia come canale di comunicazione che, a partire dal 2026, sarà integrato in un piano editoriale coordinato con gli altri social media. Sempre nel 2026 è prevista l'apertura di un canale WhatsApp, pensato per favorire una diffusione più rapida di informazioni relative a incontri e opportunità. Nello stesso anno sarà inoltre riproposta la suddivisione della newsletter per tipologia di pubblico, non attuata nel 2025 poiché si è data priorità ad altri interventi di aggiornamento del sito.

Relativamente ai materiali promozionali, si è deciso di non proporre tazze e agende, per un costo troppo elevato. Al contrario, verranno realizzati i calendari per il 2027-2028, la cui produzione è programmata a partire dal 2026. Si segnala inoltre che sono già stati prodotti blocchi notes, non originariamente inclusi nella pianificazione.

La conferenza stampa prevista per il 2024 non è stata organizzata.

Infine, con riferimento alle risorse finanziarie disponibili (paragrafo 7), si precisa che per gli anni 2024 e 2025 sono già riportati gli importi effettivamente spesi. Le somme previste per il 2025, ma non utilizzate, sono state riallocate sulle attività del 2026 mantenendo, in linea generale, la coerenza con le aree di intervento originarie. Fanno eccezione le risorse destinate nel 2025 a eventi e incontri, riassegnate alla produzione video, e quelle previste per l'ufficio stampa, confluite nella campagna pubblicitaria, ambiti che richiedevano un incremento del budget per la corretta realizzazione delle azioni pianificate nell'anno 2026.

## ALLEGATO A – GANTT DEL PAC 2024-2028

ANNO 2024

ATTIVITÀ	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
<b>Web e social</b>												
Nuovo sito galaltobellunese.com	Utilizzato il vecchio sito	Utilizzato il vecchio sito	Utilizzato il vecchio sito	Utilizzato il vecchio sito	GO LIVE							
Nuova newsletter	Utilizzata la vecchia NL	Utilizzata la vecchia NL	Utilizzata la vecchia NL	Utilizzata la vecchia NL	GO LIVE							
Social, nuova immagine: FB, IG	Utilizzata immagine transitoria	Utilizzata immagine transitoria	Utilizzata immagine transitoria	Utilizzata immagine transitoria	GO LIVE							
<b>Eventi e incontri</b>												
Presentazione PSL			-									
Presentazione avvisi												
Tavoli per i progetti di comunità												
<b>Ufficio stampa</b>												
Comunicati stampa												
<b>Materiali e pubblicazioni</b>												
Nuovi materiali divulgativi												
Gadget												

## ANNO 2025

ATTIVITÀ	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
<b>Web e social</b>												
Sito galaltobellunese.com												
Newsletter												
Social: FB, IG												
Sezione Progetti del sito	-											
<b>Eventi e incontri</b>												
Presentazione avvisi												
Tavoli per i progetti di comunità												
Incontri Fare rete, tra beneficiari												
<b>Campagne pubblicitarie</b>												
Opportunità 2025 GAL												
<b>Ufficio stampa</b>												
Comunicati stampa												

Conferenze stampa												
<b>Materiali e pubblicazioni</b>												
Materiali divulgativi, ristampa: al bisogno												
Gadget												
<b>Video e prodotti multimediali</b>												
Video animazione avvisi												

ANNO 2026

ATTIVITÀ	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
<b>Web e social</b>												
Sito galaltobellunese.com												
Newsletter												
Social: FB, IG, LinkedIn, Whatsapp												
<b>Eventi e incontri</b>												
Tavoli per i progetti di comunità												
Incontri Fare rete, tra beneficiari												
<b>Campagne pubblicitarie</b>												
I beneficiari e i progetti finanziati, pillole												
Cosa fa il GAL												
I progetti di comunità												
Fare rete												
<b>Ufficio stampa</b>												

Comunicati stampa												
Conferenze stampa												
<b>Materiali e pubblicazioni</b>												
Volantino Cosa fa il GAL rivisto e Cartolina Fare rete												
Materiali divulgativi, ristampa: al bisogno												
Gadget											Calendario	
<b>Video e prodotti multimediali</b>												
Video animazione Fare rete												
Video pillole beneficiari e progetti realizzati												
Video lungo progetti realizzati		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ANNO 2027

ATTIVITÀ	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
<b>Web e social</b>												
Sito galaltobellunese.com												
Newsletter												
Social: FB, IG												
Sezione Progetti del sito	-											
<b>Eventi e incontri</b>												
Incontri Fare rete, tra beneficiari												
<b>Campagne pubblicitarie</b>												
Fare rete												
PSL 2023-2027, i progetti												
<b>Ufficio stampa</b>												
Comunicati stampa												
Conferenze stampa												

<b>Materiali e pubblicazioni</b>											
Materiali divulgativi, ristampa: al bisogno											
Gadget										Agenda, calendario	
<b>Video e prodotti multimediali</b>											
Pillole video progetti realizzati 2023-2027											
Video Fare rete											

ANNO 2028

ATTIVITÀ	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
<b>Web e social</b>												
Sito galaltobellunese.com												
Newsletter												
Social: FB, IG												
Sezione Progetti del sito												
<b>Eventi e incontri</b>												
Incontri Fare rete: video												
La giornata dei beneficiari												
<b>Campagne pubblicitarie</b>												
PSL 2023-2027, pillole												
PSL 2023-2027, video lungo												
La giornata dei beneficiari												
<b>Ufficio stampa</b>												

Comunicati stampa												
Conferenze stampa												
La giornata dei beneficiari: press tour												
<b>Materiali e pubblicazioni</b>												
Brochure e cartolina risultati PSL 2023-2027												
Materiali divulgativi, ristampa: al bisogno												
Gadget											Agenda, calendario	
<b>Video e prodotti multimediali</b>												
Pillole video progetti realizzati 2023-2027										-	-	-
Video lungo progetti realizzati 2023-2027										-	-	-