

Tabella 1 - Attuazione operativa Piano di animazione e comunicazione

Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)	Attuazione (SI/NO/IN PARTE)
<i>Web e social</i>	Newsletter: differenziazione pubblici	Se nel primo anno l'obiettivo è dare forma e coerenza nei contenuti alla newsletter, dal secondo anno il core del lavoro sarà studiare e poi attuare una differenziazione di pubblici (con conseguente lavoro sulla mailing list) e di contenuti	Cittadinanza Stakeholder Potenziali beneficiari	1, 2	C	In parte
	Social media (FB, IG)	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 (ma non solo) per lo sviluppo rurale e si racconteranno in pillole alcuni progetti realizzati nella precedente programmazione. Tra le pillole, anche le testimonianze video di alcuni beneficiari del 2014-2022 (con call to action ai potenziali nuovi beneficiari)	Cittadinanza Beneficiari	1, 2, 3	C	Sì
	Sezione Progetti del sito web, riempimento	Il lavoro di raccolta delle esperienze e delle storie dei beneficiari della precedente programmazione, realizzato nel	Tutti, in particolare beneficiari (attuali e potenziali)	1, 2, 3, 5	C	In parte

		2024, andrà a riempire la sezione del sito Progetti				
<i>Eventi e incontri</i>	Presentazione avvisi sul territorio	Incontri pubblici per spiegare i bandi in previsione della loro pubblicazione	Potenziati beneficiari	2, 3, 5	C o A/C	Sì
	Tavoli per i Progetti di comunità	Eventi 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	Sì
	Laboratori di progettazione	Come si accede ai bandi GAL? Cassetta per gli attrezzi base per potenziali beneficiari	Potenziati beneficiari	2, 3, 4, 5	A	No
	Incontro proiezione	In occasione della presentazione del video "Cosa è stato fatto nel 2014-2022", incontri per raccontare le opportunità dello strumento PSL. Con beneficiari testimonial in sala, se possibile	Cittadinanza Potenziali beneficiari	1, 2, 3, 5	C/A	No
	Incontri Fare rete, tra beneficiari	In occasione della presentazione del video "Cosa è stato fatto nel 2014-2022", 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	Sì
<i>Campagne pubblicitarie</i>	Opportunità 2025 GAL (passaggi video / radio / spazi giornali, social)	I bandi, man mano che vengono pubblicati	Cittadinanza Beneficiari	1, 2	C	Sì

	I progetti realizzati, pillole (organico)	In pillole, il racconto dei progetti realizzati nel corso della programmazione 2014-2022: campagna social che mostra le opportunità del PSL, concretizzate, e “usa” i precedenti beneficiari come testimonial del PSL	Cittadinanza Potenziali beneficiari	2, 3	C	No
	I beneficiari, pillole (campagna social)	In pillole, il racconto dei beneficiari che hanno realizzato un sogno grazie a LEADER 2014-2022: i loro consigli. Campagna social che mostra le opportunità del PSL, concretizzate, e “usa” i precedenti beneficiari come testimonial del PSL	Cittadinanza Potenziali beneficiari	2, 3	C	No
	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 le nuove opportunità del PSL	Cittadinanza Potenziali beneficiari	2, 3	C	No
<i>Ufficio stampa</i>	Comunicati stampa	In occasione della pubblicazione di bandi, di incontri pubblici o altri eventi	Cittadinanza Potenziali beneficiari	2	C	Sì
	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	Sì

Materiali e pubblicazioni	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	Sì
	Gadget: matite, tazze, calendario e agenda 2026	Materiali in continuità con l'anno precedente	Cittadinanza Beneficiari Soci	3	C	In parte
Video e prodotti multimediali	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	Sì
Altre attività	-	-	-	-	-	-

Tabella 2 - Attuazione finanziaria Piano di animazione e comunicazione

Arete di attivit	Risorse programmate 2025	Risorse utilizzate 2025	Risorse programmate complessive	Risorse utilizzate complessive
Web e social	2.000,00	1.639,68	15.808,00	9.447,00 (di cui 7.808,00 del t.i. 19.4.1)
Eventi e incontri	2.500,00	0,00	10.500,00	0,00
Campagne pubblicitarie	8.000,00	6.771,49	25.000,00	6.771,49
Ufficio stampa	500,00	0	4.578,00	0,00
Materiali e pubblicazioni	3.000,00	2.318,73	23.132,21	8.450,94 (di cui 6.132,21 del t.i. 19.4.1)
Video e prodotti multimediali	7.000,00	1.440,00	33.000,00	1.440,00
Altre attivit	0,00	0	0,00	0,00
TOTALE	23.000,00	12.169,90	112.018,21	26.109,43