

Output 1 – Relazione attività svolta

Caso studio 1 Monti Frentani: il turismo attivo come leva per la rigenerazione del territorio - GAL Maiella Verde

Partecipanti al gruppo di lavoro

- Carlo Ricci - Referente caso studio GAL Maiella Verde
- Marta Anello - Animatrice del tavolo - GAL Valle d'Aosta
- Jacopo Manni - Referente PRIN MIND - Università di Roma Tor Vergata
- Federica Vuerich - GAL Open Leader
- Francesco Miccichè - GAL Terre di Argil
- Mariolina Pianezzola – GAL Tradizione delle Terre Occitane
- Giulia Marino - Laboratorio “Effetto Leader”
- Martina Angela Porro - Laboratorio “Effetto Leader”
- Sara Ricci - Laboratorio “Effetto Leader”

Prima giornata

All'avvio dei lavori l'animatrice ha illustrato le attività da svolgere sulla base della guida fornita nell'ambito del laboratorio e ha invitato i partecipanti, nel corso di un giro di tavolo, a presentarsi fornendo informazioni rispetto alle proprie esperienze e al proprio ruolo.

I partecipanti dopo il breve giro di tavolo sono stati suddivisi in due sottogruppi, i quali hanno letto in maniera approfondita la scheda di sintesi del Caso studio del GAL Maiella Verde, ponendo alcune domande specifiche a Carlo Ricci (GAL Maiella Verde), rispetto alle attività svolte nell'ambito del progetto.

I due sottogruppi hanno lavorato sull'individuazione delle domande valutative, partendo dalla figura 3 “Quadro di domanda valutativa (individuazione indicatori)”, selezionando i criteri di giudizio/fattori di successo e per ciascuno di questi gli indicatori di impatto e di risultato. Entrambi i gruppi hanno ritenuto più funzionale individuare prima gli indicatori di risultato e successivamente quelli di impatto.

I due criteri di giudizio/ fattori di successo individuati, rispetto al caso studio dei Monti Frentani, sono stati: per il Sottogruppo 1 “Territorio più forte”, in risposta alla domanda valutativa “In che misura il sostegno ha contribuito a rendere le zone rurali più attrattive?”, mentre per il Sottogruppo 2 “Innovazione sociale /locale di contesto”, in risposta alla domanda valutativa “In che misura gli interventi basati sul metodo Leader hanno migliorato i risultati e gli impatti del sostegno”.

Al termine di questo primo step i gruppi si sono scambiati le tabelle compilate e hanno commentato il lavoro dell'altro gruppo fornendo spunti e suggestioni. Per i partecipanti ha rappresentato sicuramente un valore aggiunto la presenza di Giulia Marino, Martina Angela Porro e Sara Ricci, le tre ragazze del Laboratorio “Effetto Leader”, che hanno svolto le analisi territoriali e le attività sul territorio del GAL Maiella Verde approfondendo le comunità di progetto sviluppate.

Il lavoro è proseguito scambiando le domande valutative e i relativi cartelloni, i gruppi si sono concentrati sulla seconda tabella “Fig. 4 Quadro di domanda valutativa (fonti di rilevazione)”. Sono state individuate le informazioni da rilevare e le fonti per i due criteri di giudizio/fattori di successo.

Seconda giornata

Nella seconda giornata si è invece preferito lavorare in un unico gruppo e ragionare insieme rispetto alla tabella n. 5 Quadro di domanda valutativa (modalità di rilevazione ed elaborazione). Il gruppo si è concentrato su un solo criterio di valutazione/fattore di successo "Territorio più forte" ponendosi come obiettivo quello di individuare strumenti e azioni per rilevare informazioni rispetto ai due indicatori di risultato: grado di soddisfazione del target e al livello qualitativo delle infrastrutture messe in funzione e fruizione delle stesse.

Il gruppo si è quindi focalizzato sulle azioni concrete da implementare.

Vista la natura dell'iniziativa che ha finanziato una rete di ciclovie, è nata l'idea di legare l'attività di valutazione a quelle di promozione e comunicazione, sono state quindi individuate quali fonti delle informazioni da rilevare: un'inchiesta a gruppo di target/fruitori, una survey al target e ricognizione territoriale / lancio campagna "gps", ey e social, articoli /recensioni terze e post.

Si è quindi pensato di realizzare una campagna promozionale per il reclutamento di 300 sperimentatori della rete cicloturistica o dei servizi ad essa connessa (noleggio bici, ristorazione ecc.) ai quali offrire omaggi e sconti, chiedendo in cambio la partecipazione alla survey dopo aver percorso la ciclovie o usufruito di uno dei servizi connessi.

Al termine dei lavori mattutini della seconda giornata, il gruppo di lavoro ha scelto di restituire l'attività svolta in modalità "digitale", riportando in tabelle Excel i contenuti dei cartelloni e ha individuato quale portavoce Francesco Miccichè del GAL Terre di Argil, incaricandolo di relazionare nel corso della plenaria pomeridiana.

Cosa abbiamo imparato dal laboratorio

L'attività di valutazione deve essere:

- prevista in fase di progettazione dell'iniziativa/ progetto;
- concentrata e limitata a uno o due aspetti dell'iniziativa che vengono considerati maggiormente significativi;
- progettata partendo dai dati che si intendono raccogliere individuando gli strumenti e le azioni da mettere in atto;
- finanziata nell'ambito del progetto con un apposito budget;
- realizzata coinvolgendo professionalità esterne competenti in materia che possano occuparsene.

Quadro riassuntivo

DOMANDE VALUTATIVE	CRITERI DI GIUDIZIO	INDICATORI DI RISULTATO	INDICATORI DI IMPATTO	INFO DA RILEVARE	TIPO INFO		FONTE	MODALITÀ
					P	S		
IN CHE MISURA IL SOSTEGNO HA CONTRIBUITO A RENDERE LE ZONE RURALI PIU' ATTRATTIVE?	TERRITORIO PIU' FORTE	A- GRADO DI SODDIFAZIONE DEL TARGET B - LIVELLO QUALITATIVO DELLE INFRASTRUTTURE MESSE IN FUNZIONE E FRUIZIONE DELLE STESSE		A1- LIVELLO DI SODDISFAZIONE DEL TARGET	X		1- INCHIESTA A GRUPPO DI TARGET/FRUITORI	FOCUS
				B2- MANUTENZIONE/ACCESSIBILITA/ SERVIZI ANCILLARI/CARTELLONISTICA/FUNZIONAMENTO INFRASTRUTTURE DIGITALI	X		2- SURVEY AL TARGET E RICOGNIZIONE TERRITORIALE / <u>LANCIO CAMPAGNA "GPS"</u>	
		C - INCREMENTO DEI FLUSSI SULLE RETI SENTIERISTICHE E CICLOTURISTICHE D - INCREMENTO REPUTAZIONE SPECIFICA		C1 - NUMERO BIKE NOLEGGIATE/N. DI PRENOTAZIONI/N. TAG LUOGHI RAPPRESENTATIVI	X		3 - SURVEY E SOCIAL	
				D1 - GRADIMENTO /COMMENTI POSITIVI	X		4 - ARTICOLI /RECENSIONI TERZE E POST	
IN CHE MISURA GLI INTERVENTI BASATI SUL METODO LEADER HANNO MIGLIORATO I RISULTATI E GLI IMPATTI DEL SOSTEGNO	INNOVAZIONE SOCIALE/ LOCALE DI CONTESTO	A - VALORE AGGIUNTO PRODOTTO		A1 - IDENTIFICAZIONE DELLE INIZIATIVE DELLE COMUNITA' PAGATE DA LEADER E NON PAGATE DA LEADER	X	X	A1 - - INTERVISTA A UN CAMPIONE DI MEMBRI DELLA COMUNITA' - DIARIO DELLE ATTIVITA' - CANALI SOCIAL UTILIZZATI DALLA COMUNITA' - PROGETTI APPROVATI	FOCUS
			B - GRADO DI INTRAPRENDENZA	B1 - PROMOZIONE DI NUOVE INIZIATIVE DI NUOVE ATTIVITA'	X	X	B1 - - INTERVISTA A UN CAMPIONE DI MEMBRI DELLA COMUNITA' /REFERNTE TECNICO - DIARIO DELLE ATTIVITA' - CANALI SOCIAL UTILIZZATI DALLA COMUNITA' - PROGETTI APPROVATI (BANCA DATI ADG)	

INDICATORE DI RISULTATO: GRADO DI SODDISFAZIONE E LIVELLO DI QUALITA' DELLE INFRASTRUTTURE REALIZZATE

MODALITA' DI RILEVAZIONE E DI ELABORAZIONE

LANCIO DI UNA CAMPAGNA
PROMOZIONALE PER IL
«RECLUTAMENTO» DI 300
SPERIMENTATORI DELLA
RETE/SERVIZI



STRUMENTO DI QUALIFICA
O PROFILAZIONE DEI
PARTECIPANTI E RACCOLTA
DEL FEEDBACK



VALUTAZIONE INTERNA DELLE
PERFORMANCE

COMUNICAZIONE
(monitoraggio)



Omaggio/scontistica booking online



Survey al gruppo sperimentatore
impostata su: analisi dei singoli
percorsi/analisi della qualità del
sistema di info e
orientamento/analisi della qualità
dei servizi ancillari



Elaborazione per percorso / per
ambito territoriale

Analisi del Sentiment