



REGIONE DEL VENETO

giunta regionale



Cofinanziato
dall'Unione europea



REGIONE DEL VENETO



Piano pluriennale di Animazione e Comunicazione

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



**GAL BALDO
LESSINIA**

AGENZIA DI SVILUPPO

Indice del Piano di animazione e comunicazione

1 - Premessa	pag. 2
2 - Target	pag. 7
3 - Obiettivi specifici	pag. 9
4 - Contenuti e messaggi chiave	pag. 12
5 - Animazione	pag. 15
6 – Attività, canali e strumenti	pag. 19
7 - Risorse	pag. 52
8 - Monitoraggio	pag. 53
9 - GANTT delle attività 2024	pag. 54

Questo Piano di Animazione e Comunicazione è stato redatto seguendo le linee guida contenute nell'Allegato D al Decreto n. 4 del 12 Gennaio 2024.

1 – Premessa

Nel contesto dello sviluppo rurale europeo, l'approccio LEADER (Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale) rappresenta un tassello fondamentale nella promozione di un modello di crescita partecipativo che valorizza le specificità territoriali e le risorse locali. Fondato sulla convinzione che le comunità rurali possano essere protagoniste attive del proprio sviluppo, LEADER incoraggia la costituzione di partenariati locali, i Gruppi di Azione Locale (GAL), per stimolare innovazione, cooperazione e sostenibilità.

Il GAL Baldo-Lessinia, nel quadro della programmazione 2023-2027 della Politica Agricola Comune (PAC) e del Complemento di Sviluppo Rurale (CSR) adottato dalla Regione Veneto, adotta con convinzione proprio l'approccio LEADER.

Attraverso il suo Programma di Sviluppo Locale (PSL) denominato F.U.T.U.R.A., il GAL si propone di affrontare sfide attuali come il contrasto allo spopolamento delle aree rurali, la promozione dell'occupazione, la diversificazione economica e il miglioramento della qualità della vita delle comunità locali.

Missione e visione del GAL Baldo-Lessinia

La missione affidata dalla PAC allo sviluppo locale LEADER è quella di limitare o invertire gli effetti negativi dello spopolamento rurale. Questo obiettivo viene perseguito dai GAL attraverso un duplice approccio: da un lato, il rafforzamento dei servizi di base e la riduzione del divario con le aree urbane, e dall'altro, il sostegno all'imprenditorialità locale attraverso la creazione e lo sviluppo di piccole e medie imprese (PMI) e la diversificazione delle attività agricole.

Al fine di realizzare questi obiettivi, il GAL Baldo-Lessinia punta su strategie innovative, sullo sviluppo delle competenze e sull'inclusione sociale, mobilitando le energie e le risorse locali in un'ottica di sviluppo partecipato. Il Piano di Animazione e Comunicazione pluriennale, relativo al periodo 2024-2028, si pone quindi come strumento essenziale per coinvolgere attivamente tutti gli attori del territorio, stimolando la nascita di reti collaborative e promuovendo una visione condivisa di sviluppo rurale sostenibile.

F.U.T.U.R.A.

Con la pubblicazione della graduatoria finale delle domande ammissibili a finanziamento avvenuta venerdì 15 dicembre 2023 sul BUR (Bollettino Ufficiale della Regione Veneto), è stato ufficializzato il sostegno della Regione per i prossimi cinque anni ai nove GAL veneti, tra cui il GAL Baldo-Lessinia, per quasi 45 milioni di euro, di cui 8 milioni di cofinanziamento regionale e a carico del bilancio di previsione 2023-2025. F.U.T.U.R.A. è il nome scelto dal GAL Baldo-Lessinia per il nuovo Programma di Sviluppo Locale (PSL) 2023-2027 ed è

un acronimo che sta per la Fertilità delle idee, il valore degli Uomini e del Territorio montano veronese; un territorio che presenta delle Unicità peculiari e che vive di Relazioni autentiche all'interno di un Ambiente straordinario.

Il nuovo PSL ha un budget a disposizione del territorio di circa 5 milioni di euro, provenienti da diverse fonti, inclusi fondi fissi, proporzionali alla popolazione e alla superficie del territorio di competenza e la Strategia di sviluppo locale è stata resa possibile attraverso un processo partecipativo chiamato "Disegnando F.U.T.U.R.A.", iniziato nell'autunno 2022 che ha coinvolto diversi attori territoriali, tra cui operatori privati, amministratori pubblici, rappresentanti di associazioni e cittadini.

Ambiti di interesse

Gli Ambiti di Interesse identificati dalla Strategia 2023-2027 sono due ed entrambi rientrano tra quelli riportati nella lista definita dal Complemento Regionale per lo Sviluppo Rurale del Piano Strategico Nazionale della PAC 2023-2027 per il Veneto 2023-2027, approvato dalla Regione del Veneto con deliberazione della Giunta Regionale n.14 del 10.01.2023, per l'intervento SRG06 "LEADER.

Essi sono:

- Valorizzazione del patrimonio naturale, paesaggistico, storico-culturale e delle risorse ambientali;
- Innovazione e inclusione sociale e miglioramento dei servizi per la popolazione e degli spazi di vivibilità collettivi.

I due ambiti tematici sono tra loro strettamente collegati in quanto caratterizzati da elementi di reciproca efficacia e funzionalità, evidenziati anche dalla condivisione della coerenza rispetto ai fabbisogni espressi dal territorio durante gli incontri e il percorso di Disegnando F.U.T.U.R.A..

Bandi e aiuti al territorio

Il GAL Baldo-Lessinia ha individuato come ambito tematico principale quello della valorizzazione del patrimonio naturale, paesaggistico, storico-culturale e delle risorse ambientali. Per raggiungere l'obiettivo generale di valorizzazione si perseguono degli obiettivi locali, che si traducono in azioni, interventi, domande di aiuto e progetti territoriali.

Per fare questo occorre favorire gli investimenti per:

- la valorizzazione e il miglioramento delle imprese agricole montane veronesi e che l'intervento collegato che si intende attivare è l'SRD01 "*Investimenti produttivi agricoli per la competitività delle aziende agricole*";

- il miglioramento e della valorizzazione dei prodotti agricoli del territorio e che l'intervento collegato che si intende attivare è SRD13 *“Investimenti per la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti agricoli”*;
- favorire lo sviluppo di attività imprenditoriali che valorizzino il patrimonio locale e che l'intervento collegato che si intende attivare è ISL03 *“Investimenti extra agricoli in aree rurali”*;
- migliorare la conservazione dell'ambiente attraverso il presidio dei luoghi montani e che l'intervento collegato che si intende attivare è ISL06 *“Investimenti produttivi agricoli non professionali in area montana”*.

Occorre anche svolgere azioni che favoriscano l'acquisizione di competenze e l'informazione agendo su due fronti:

- favorire la realizzazione di attività informative per la conoscenza del territorio e che l'intervento collegato che si intende attivare è ISL05 *“Informazione per la fruibilità dei territori rurali”*;
- favorire lo scambio di conoscenze attraverso iniziative di confronto e diffusione dell'informazione e che l'intervento collegato che si intende attivare è l'SRH04 *“Azioni di informazione – Scambio di conoscenze e diffusione delle informazioni”*.

Non da ultimo un ruolo particolare per il territorio montano veronese lo ricopre la rete e quindi la necessità di favorire la nascita di progetti integrati:

- favorire la nascita di progetti di rete integrati e strategie di smart Village e che l'intervento collegato che si intende attivare è SRG07 *“Cooperazione per lo sviluppo rurale, locale e smart Village”*.

Il secondo Ambito individuato dal GAL Baldo-Lessinia è: *Innovazione e inclusione sociale e miglioramento dei servizi per la popolazione e degli spazi di vivibilità collettivi*.

L'ambito tematico ulteriore, anche definito complementare, è contemplato con i due obiettivi legati all'innovazione e inclusione sociale e miglioramento dei servizi per la popolazione e spazi di vivibilità collettivi che permettono di:

- migliorare e rafforzare il tessuto economico e sociale del territorio GAL Baldo-Lessinia e che l'intervento collegato che si intende attivare è l'ISL02 *“Avviamento di attività extra agricole”*.
- favorire la creazione di spazi e servizi aggregativi tra gli abitanti della montagna veronese e che l'intervento collegato che si intende attivare è l'ISL04 *“Investimenti non produttivi nelle aree rurali”*.

Territorio di competenza e azione

Il territorio di competenza del GAL Baldo-Lessinia si estende per lo più sulla porzione settentrionale della provincia di Verona, attraversando con un arco che va dalle sponde scaligere del lago di Garda fino ai Comuni dell'estrema parte

orientale della Val d'Alpone, passando dalla Valpolicella, dalla Valpantena, dalla Lessinia, dalle vallate di Illasi e di Tramigna. Questa area, strategicamente delineata in continuità con il precedente ciclo di programmazione 2014-2022, è stata selezionata con cura per valorizzare e promuovere uno sviluppo locale sostenibile, basato su solidi requisiti di eleggibilità e strategie di sviluppo approvate con DGR n. 294 del 21.03.2023.

Riconfermando l'impegno verso i 39 Comuni già inclusi nel precedente Ambito Territoriale Designato (ATD), il GAL Baldo-Lessinia prosegue il suo cammino di crescita e valorizzazione del territorio, contando su una conoscenza approfondita dell'area e un tessuto associativo forte, coeso e attivamente partecipativo. L'associazione, nata trent'anni fa, si è arricchita nel tempo di nuovi associati, rappresentativi di vari settori economici e sociali, garantendo un approccio inclusivo e di aperta collaborazione.

Caratteristiche del territorio

L'ATD del GAL Baldo-Lessinia si caratterizza per una marcata predominanza rurale: su una superficie totale di 1197,3 kmq, ben 821,10 kmq sono classificati come rurali, rappresentando così il 68,57% dell'intera area. Questa percentuale è ulteriormente sottolineata da un grado di ruralità del 36%, ben superiore al minimo del 15% stabilito secondo i criteri OCSE, riflettendo una popolazione di 60.189 residenti nei comuni rurali su un totale di 164.490 abitanti.

La divisione in comuni di area C e D, basata sulla classificazione OCSE e aggiornata ai dati del 2021, mostra una distribuzione equilibrata che evidenzia le diverse sfaccettature dello sviluppo locale: i 23 comuni di area C, con una popolazione che rappresenta il 77,8% dell'ATD, sono caratterizzati da una densità più elevata e da dinamiche di sviluppo intermedio; i restanti 16 comuni di area D, invece, mettono in luce le sfide e le opportunità legate alle aree rurali di collina e montagna con minor densità di popolazione.

La valorizzazione dell'ambito territoriale del GAL Baldo-Lessinia passa anche attraverso la consapevolezza delle sue peculiarità storico-culturali, economiche, sociali, territoriali e ambientali, per proseguire nel cammino di uno sviluppo sostenibile che tenga conto delle esigenze e delle potenzialità locali, sempre nel rispetto delle dinamiche e delle identità che rendono unico questo territorio.

Strategia di Animazione e Comunicazione

Il Piano di Animazione e Comunicazione pluriennale del GAL Baldo-Lessinia si articola su più livelli e si avvale di una serie di strumenti comunicativi volti a garantire trasparenza, partecipazione e efficacia allo scopo principale di contribuire alla corretta comunicazione del PSL.

Attraverso un mix bilanciato di comunicazione digitale, eventi, incontri e materiali informativi, il Piano mira a raggiungere e coinvolgere un'ampia varietà di target, dai cittadini locali agli imprenditori, dalle istituzioni agli attori sociali, enfatizzando il ruolo chiave del capitale sociale nello sviluppo territoriale.

In questo contesto dinamico e sfidante, il GAL Baldo-Lessinia si impegna a essere catalizzatore di cambiamento, facilitando il dialogo tra i diversi portatori di interesse e promuovendo un approccio inclusivo e partecipativo all'elaborazione e attuazione delle strategie di sviluppo locale.

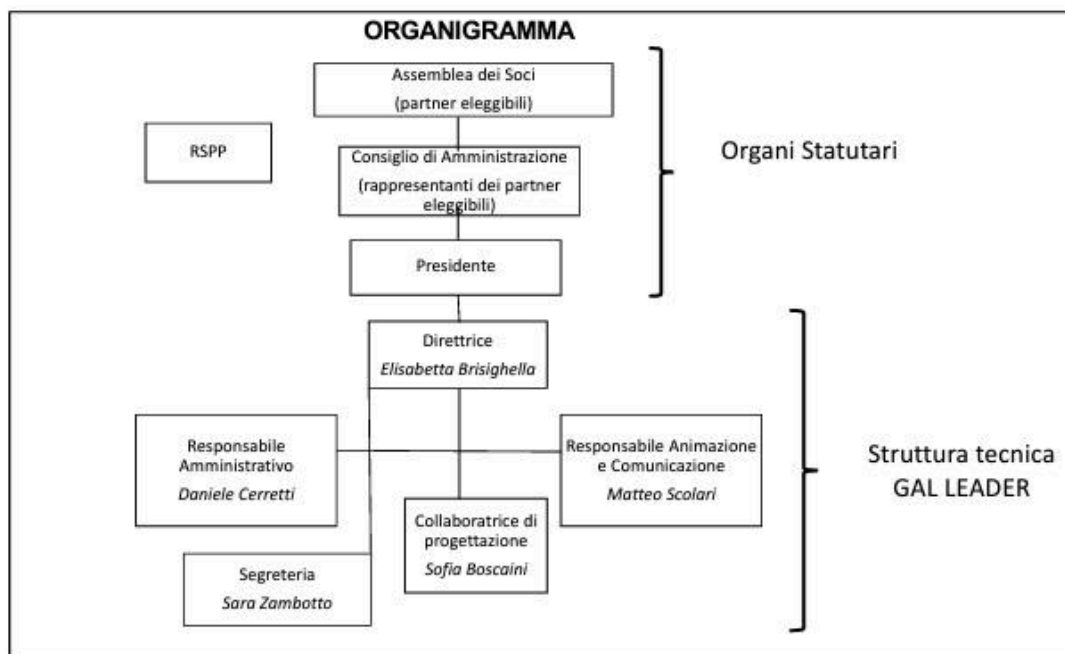
Responsabile Animazione e Comunicazione

Per attuare un Piano di Animazione e Comunicazione efficace, la Regione Veneto, con la nuova programmazione, ha istituito la figura del Responsabile Animazione e Comunicazione.

La funzione di animazione e comunicazione, presidiata dal RAC, include la seguente responsabilità principale:

- attuazione del piano di comunicazione e animazione approvato dal GAL, come necessario supporto ad una corretta implementazione della SSL.

Rappresentazione grafica dell'Organigramma del GAL Baldo-Lessinia



2 - Target

Il GAL Baldo-Lessinia opera tipicamente per promuovere lo sviluppo rurale, sostenendo l'innovazione, la conservazione del patrimonio culturale e naturale, e migliorando la qualità di vita nelle aree rurali attraverso vari progetti finanziati dall'Unione Europea e altri enti. Per raggiungere i suoi obiettivi, si rivolge ai seguenti target:

T1 - Cittadinanza locale

La cittadinanza locale rappresenta il nucleo centrale degli interventi del GAL, essendo direttamente interessata allo sviluppo territoriale. Le attività di comunicazione mirano a sensibilizzare sulla valorizzazione e conservazione del patrimonio naturale, paesaggistico e culturale, oltre a promuovere l'adozione di pratiche sostenibili.

I contenuti più indicati possono essere informazioni su eventi, iniziative culturali, opportunità di formazione, e progetti di sviluppo locale.

T2 - Beneficiari attuali e potenziali

Sono beneficiari imprese locali, agricoltori, giovani imprenditori e imprenditrici e start-up. Sono da considerarsi target fondamentali per l'implementazione dei progetti di sviluppo, rappresentando sia il motore che il beneficiario delle iniziative.

Ad essi possono essere destinati dettagli sui bandi di finanziamento, workshop su innovazione e sostenibilità, case studies di successo, incontri sul territorio e guide pratiche per l'accesso ai fondi.

T3 - Partenariato (Enti pubblici e privati e soci)

Gli enti pubblici (comuni, province, regioni) e privati (associazioni, cooperative, istituti di ricerca) giocano un ruolo importante nel supporto e nella realizzazione dei progetti. La collaborazione tra essi è essenziale per massimizzare l'impatto delle iniziative del GAL.

Destinati a questo target possono essere gli aggiornamenti sui progetti in corso, inviti a tavoli di lavoro congiunti, report sull'avanzamento delle attività e opportunità di networking e/o progetti condivisi.

T4 - Settore educativo

Scuole e università sono partner strategici per promuovere la consapevolezza e l'educazione sulle tematiche rurali, sostenibili e culturali. Possono contribuire con ricerca, innovazione e formazione.

Per questo target possono essere realizzati e condivisi materiali didattici, seminari e workshop su tematiche rurali, inviti a progetti di ricerca e sviluppo, collaborazioni per stage e tirocini.

T5 - Media e operatori locali e regionali

L'attuazione di un Piano di Animazione e Comunicazione passa attraverso il rapporto consolidato di conoscenza, fiducia e stima professionale con i colleghi e le colleghe giornaliste e le rispettive redazioni.

A queste sono indirizzati comunicati stampa, note ufficiali, press kit, inviti ad eventi o manifestazioni istituzionali.

Strategie di Comunicazione

Per ciascun target, sarà fondamentale definire strategie di comunicazione mirate, utilizzando canali diversificati (social media, newsletter, incontri pubblici, conferenze...) e messaggi ad hoc, progettati per risuonare con gli interessi e le esigenze specifiche di ogni gruppo. La segmentazione del pubblico e la personalizzazione dei contenuti sono essenziali per aumentare l'efficacia della comunicazione e l'engagement del target.

3 - Obiettivi specifici

Il Piano di Animazione e Comunicazione sarà guidato da degli obiettivi specifici destinati ai diversi target. Lo scopo è quello di sviluppare azioni comunicative mirate per permettere il raggiungimento della mission del GAL Baldo-Lessinia e ottenere un'efficacia della sua azione sul territorio di competenza (Vedi Tabella 2).

Tabella 2 - Obiettivi specifici

Obiettivo Specifico	Nome	Ambito	Definizione	Descrizione
OS01	Accrescere la consapevolezza e la partecipazione attiva della cittadinanza locale	Comunicazione e Animazione	Aumentare la consapevolezza della cittadinanza locale riguardo le iniziative e i progetti del GAL, promuovendo una partecipazione attiva e informata ai processi di sviluppo territoriale.	L'obiettivo mira a creare una comunità più coesa e informata, capace di partecipare attivamente alle decisioni e agli interventi che riguardano lo sviluppo rurale e la conservazione del territorio e a condividerne i valori, utilizzando strumenti di comunicazione diretta ed eventi di animazione territoriale.
OS02	Migliorare l'accesso alle informazioni e alle opportunità per beneficiari attuali e potenziali	Comunicazione e Animazione	Migliorare la diffusione e la comprensibilità delle informazioni relative a bandi, finanziamenti, formazione e supporto per imprese esistenti e nuovi imprenditori.	Questo obiettivo punta a facilitare l'accesso alle risorse disponibili per la creazione e lo sviluppo di attività imprenditoriali nel territorio, attraverso la realizzazione di materiali informativi chiari,

				la promozione di incontri informativi e la digitalizzazione dei servizi.
OS03	Rafforzare il networking e la collaborazione tra i partenariati locali	Animazione e Comunicazione	Incrementare le opportunità di networking e cooperazione tra enti pubblici, imprese private, associazioni e settore educativo, per stimolare sinergie e progetti condivisi.	Attraverso la realizzazione di eventi, workshop e piattaforme di condivisione, si mira a creare una rete solidale tra i vari attori del territorio, promuovendo l'interscambio di conoscenze, risorse e best practices per un approccio integrato allo sviluppo locale.
OS04	Promuovere l'innovazione e la sostenibilità nelle pratiche agricole e imprenditoriali	Comunicazione e Animazione	Accrescere la conoscenza e l'adozione di pratiche innovative e sostenibili nel settore agricolo e nelle PMI.	Questo obiettivo si concentra sull'informazione e la formazione rivolte agli operatori del settore agricolo e agli imprenditori, per incoraggiare l'adozione di tecnologie verdi, pratiche sostenibili e modelli di business innovativi che rispettino l'ambiente e valorizzino le risorse locali.
OS05	Valorizzare il patrimonio paesaggistico culturale e naturale	Comunicazione	Incrementare la visibilità e l'apprezzamento del patrimonio culturale e naturale del territorio, promuovendo forme di informazione e divulgazione responsabile.	Si intende attuare una strategia di comunicazione che metta in luce le bellezze e le peculiarità del territorio, offrendo informazioni sulle buone pratiche

				sostenibili per conservare intatta l'unicità del paesaggio e della cultura locale.
OS06	Contrastare lo spopolamento delle aree rurali	Comunicazione e Animazione	Promuovere il territorio del GAL Baldo-Lessinia come luogo attraente per vivere, lavorare e investire.	Questo obiettivo si propone di contrastare lo spopolamento mediante campagne informative e iniziative di animazione che evidenziano le opportunità di vita e di lavoro nel territorio, sottolineando la qualità della vita, le opportunità economiche e la ricchezza culturale e naturale.

4 - Contenuti e messaggi-chiave

Basandosi sulle informazioni dettagliate fornite dal nuovo PSL "F.U.T.U.R.A.", possiamo ora sviluppare un capitolo sui contenuti e i messaggi-chiave del Piano di Comunicazione con un approccio ancor più mirato e aderente alle specificità e agli obiettivi del GAL.

Contenuti principali

- **Valorizzazione del Patrimonio naturale e culturale:**
 - Promozione delle iniziative volte alla conservazione e valorizzazione del patrimonio naturale, paesaggistico e storico-culturale della regione montana veronese.
 - Sostegno e miglioramento delle imprese agricole locali tramite investimenti produttivi che elevino la competitività nel rispetto dell'ambiente.

- **Innovazione e inclusione sociale:**
 - Implementazione di progetti innovativi per migliorare i servizi per la popolazione e gli spazi di vivibilità collettivi.
 - Sviluppo di iniziative che favoriscano l'inclusione sociale e l'integrazione comunitaria attraverso la creazione di spazi aggregativi.

Messaggi-Chiave

- **Fertilità delle idee**
 - "Innovare sostenendo la tradizione": enfatizzare come il GAL Baldo-Lessinia promuova un approccio innovativo che rispetti e valorizzi le tradizioni locali.

- **Valore degli Uomini e del Territorio**
 - "Ogni persona conta": sottolineare l'importanza di ogni individuo nella costruzione di una comunità più forte e coesa.
 - "La forza del nostro territorio": valorizzare le caratteristiche uniche del territorio montano veronese, promuovendo la sua bellezza naturale e culturale.

- **Relazioni autentiche:**

- "Costruire insieme il futuro": incoraggiare la collaborazione tra cittadini, imprese e istituzioni per progetti condivisi che migliorino la qualità della vita.
- **Ambiente straordinario:**
 - "Proteggiamo il nostro patrimonio naturale": enfatizzare gli sforzi nella conservazione ambientale e nella promozione di uno sviluppo sostenibile.

Claim proposti

- "Radici forti, futuro innovativo": un claim che cattura l'essenza di valorizzare il patrimonio mentre si guarda al futuro con soluzioni innovative.
- "Insieme per il Baldo Lessinia": enfatizza la collaborazione comunitaria e l'impegno congiunto verso obiettivi comuni di miglioramento e crescita sostenibile.

Strategie di animazione e comunicazione

Legate allo sviluppo di questi concetti verranno attuate delle strategie quali:

- Campagne informative digitali e tradizionali che utilizzano i media locali per diffondere i messaggi chiave.
- Eventi comunitari per promuovere l'engagement del pubblico e condividere i successi e i progetti futuri del GAL Baldo-Lessinia.
- Workshop e seminari, anche organizzati da terzi, per educare e coinvolgere la comunità sugli obiettivi specifici del PSL, specialmente in ambito di innovazione e sviluppo sostenibile.

L'approccio comunicativo mirerà a creare una narrazione coesa e inclusiva, che rispecchi i valori e le priorità del PSL "F.U.T.U.R.A.", evidenziando il legame indissolubile tra le persone, il territorio e le sue unicità. La comunicazione sarà progettata per essere accessibile e coinvolgente, al fine di stimolare un dialogo aperto con e tra i membri della comunità, incentivando la partecipazione attiva e la condivisione di idee e progetti per il futuro del Baldo-Lessinia.

Per veicolare efficacemente questi messaggi, il Piano di Comunicazione utilizzerà una combinazione di canali digitali (siti web, social media, newsletter) ed eventi sul territorio (incontri pubblici e workshop) per raggiungere un pubblico ampio e diversificato. Ogni messaggio sarà adattato al canale specifico e al target di riferimento, garantendo coerenza e massimizzando l'impatto.

La narrazione visiva, attraverso foto e video del territorio, delle sue attività e dei suoi protagonisti, giocherà un ruolo chiave per rendere tangibili i messaggi e avvicinare emotivamente il pubblico al territorio del GAL Baldo-Lessinia. La creazione di un'identità visiva forte e riconoscibile accompagnerà tutti i materiali di comunicazione, contribuendo a consolidare l'immagine del GAL e a renderla immediatamente associabile ai suoi valori e obiettivi.

5 - Animazione

L'animazione nel contesto del PSL "F.U.T.U.R.A." del GAL Baldo-Lessinia è concepita come un processo vitale per promuovere il coinvolgimento attivo di tutti gli stakeholder territoriali: società civile, enti pubblici e privati, istituzioni e imprese. L'obiettivo è di stimolare la partecipazione collettiva nell'elaborazione e realizzazione di progetti che rispondano efficacemente alle esigenze di sviluppo locale, rafforzando al contempo la capacità della comunità di agire congiuntamente per il bene comune.

Obiettivi dell'Animazione

- **Favorire la partecipazione attiva:** Stimolare un coinvolgimento attivo della comunità nelle fasi di pianificazione, attuazione e valutazione dei progetti.
- **Incrementare la capacità progettuale locale:** Offrire supporto formativo e informativo per migliorare le competenze nella progettazione e gestione di iniziative di sviluppo locale.
- **Promuovere la collaborazione tra stakeholder:** Creare sinergie tra gli attori locali attraverso la condivisione di obiettivi, risorse e conoscenze.

Attività di Animazione

Le attività di animazione previste nel quadro del PSL "F.U.T.U.R.A." saranno articolate come segue:

- **Incontri territoriali e workshop tematici:** organizzazione di incontri aperti alla comunità e partecipazione a workshop su tematiche specifiche (es. sostenibilità ambientale, innovazione agricola e inclusione sociale) per raccogliere idee, stimolare la partecipazione e migliorare le competenze progettuali degli operatori locali.
- **Formazione per lo sviluppo di competenze:** realizzazione di percorsi formativi mirati a incrementare le capacità degli stakeholder locali in ambito di progettazione europea, gestione finanziaria dei progetti territoriali, anche su supporto digitale.
- **Campagne di sensibilizzazione:** attuazione di campagne informative e di sensibilizzazione digitali e tradizionali su temi chiave dello sviluppo locale per aumentare la consapevolezza e l'interesse della comunità verso le iniziative del GAL.
- **Sportello di ascolto e supporto progettuale:** erogazione servizi attraverso lo sportello fisico e virtuale per offrire consulenza, assistenza e

supporto agli stakeholder interessati a sviluppare progetti in linea con gli obiettivi del PSL.

- **Eventi di networking:** organizzazione di eventi di networking per facilitare l'incontro tra i vari attori del territorio, promuovere lo scambio di idee e rafforzare le reti di collaborazione.

Modalità di Attuazione

Le attività di animazione saranno realizzate attraverso una strategia integrata che combina azioni sul territorio e strumenti digitali, al fine di garantire la massima inclusività e partecipazione. Sarà data priorità alla trasparenza, all'accessibilità delle informazioni e alla facilitazione del dialogo tra i diversi stakeholder. La programmazione degli incontri e degli eventi terrà conto delle esigenze e delle preferenze della comunità, con l'obiettivo di massimizzare la partecipazione e l'impatto delle attività proposte.

Per ogni iniziativa, verranno definiti obiettivi specifici, target di partecipazione, indicatori di successo e meccanismi di feedback, al fine di monitorare l'efficacia delle azioni di animazione e apportare eventuali aggiustamenti in corso d'opera (Vedi Tabella 3). La comunicazione costante con gli stakeholder e l'adozione di un approccio flessibile e aperto alle esigenze emergenti saranno elementi chiave per il successo delle attività di animazione previste dal PSL "F.U.T.U.R.A." del GAL Baldo-Lessinia.

Tabella 3 - Modello di analisi e valutazione evento di animazione

Scopo	Definire gli obiettivi specifici dell'evento, come la promozione del territorio, la valorizzazione del patrimonio culturale e naturale, l'incremento della consapevolezza sulle tematiche di sviluppo sostenibile, o il rafforzamento della comunità locale.
Modalità	Stabilire il formato dell'evento (presenza, online, ibrido), identificare le attività principali (conferenze, workshop, esposizioni, degustazioni), e definire la struttura generale dell'incontro.
Tempi	Pianificare una timeline dettagliata, includendo le fasi di preparazione, la durata dell'evento, e il follow-up. Stabilire le deadline per ogni fase

	critica (ad es., prenotazione della sede, invito dei relatori, campagna promozionale).
Svolgimento della serata	Dettagliare il programma dell'evento, dall'accoglienza dei partecipanti alla conclusione. Includere momenti di interazione, pausa, e networking, assicurando un flusso logico e coinvolgente.
Coinvolgimento del pubblico	Definire le strategie per stimolare la partecipazione attiva. Considerare l'utilizzo di app o piattaforme online per il coinvolgimento a distanza.
Sedi	Selezionare la sede o le sedi in base alla capacità, accessibilità, e pertinenza con il tema dell'evento. Considerare aspetti logistici e tecnici, come parcheggio, connessione internet, e attrezzature audio/video.
Comunicazione	Elaborare un piano di comunicazione che includa la promozione pre-evento (social media, newsletter, stampa locale), la comunicazione durante l'evento (live tweeting, streaming), e il follow-up post-evento (ringraziamenti, rassegna stampa, feedback).
Costi	Preparare un budget dettagliato, elencando tutte le voci di spesa previste (affitto della sede, tecnologie, catering, materiali promozionali, personale) e identificando potenziali fonti di finanziamento o sponsorizzazioni.
Persone	Definire i ruoli e le responsabilità del team organizzatore, selezionare e contattare i relatori o gli ospiti, e coordinare il personale di supporto (tecnici, hostess, sicurezza).
Varie ed eventuali	Prevedere un piano B per eventuali imprevisti (cattivo tempo, problemi tecnici, variazioni dell'ultimo minuto), stabilire protocolli di sicurezza e salute, e considerare aspetti di sostenibilità e impatto ambientale dell'evento.

6 - Attività, canali e strumenti

Il GAL Baldo-Lessinia attiverà una serie di canali e strumenti comunicativi per realizzare le attività previste dal Piano, puntando su una strategia multicanale che garantisca la massima copertura e interazione con i vari target di riferimento (Vedi Tabella 4).

Tabella 4 - Attività e Canali/Strumenti Principali

Canale	Modalità	Format	Interazione
Sito web	Il sito web del GAL sarà il fulcro informativo, aggiornato con news, eventi, bandi e progetti. Il sito ospiterà anche articoli tematici, studi di caso e testimonianze dirette degli stakeholder.	Post informativi, guide, reportage sulle iniziative del GAL.	Link diretto nei post dei social media, newsletter e inviti agli eventi.
Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)	Campagne tematiche, storytelling, condivisione di success stories e momenti salienti delle iniziative GAL.	Post, storie, video brevi.	Cross-promozione tra piattaforme, hashtag dedicati per aumentare l'engagement e la visibilità.
Newsletter digitale	Invio periodico di aggiornamenti sulle attività del GAL, opportunità di finanziamento, eventi e formazioni.	Email strutturate con contenuti multimediali e call-to-action.	Link a contenuti specifici del sito web e ai social media per approfondimenti.
Eventi territoriali	Iniziative sul territorio quali fiere, incontri aperti.	Eventi live con momenti di networking, esposizioni, dibattiti.	Utilizzo di materiali promozionali collegati al sito web e ai social media per la registrazione e la diffusione degli eventi.
Materiali promozionali e informativi	Produzione di brochures, volantini, roll up, poster per diffondere le iniziative e i valori del GAL.	Materiali stampati e digitali, facilmente distribuibili e con QR code per collegamenti diretti al sito web e ai social media.	Distribuzione durante eventi, in punti strategici del territorio e tramite partner locali.

Progetti tematici

Per massimizzare l'efficacia delle attività comunicative, verranno lanciati progetti tematici che integrano l'uso di vari canali e strumenti attorno a specifici obiettivi di sviluppo, come la sostenibilità ambientale, la valorizzazione del patrimonio, l'innovazione agricola, l'inclusione sociale, miglioramento dei servizi per la cittadinanza. Questi progetti prevederanno:

1. **Campagne di sensibilizzazione:** utilizzo di tutti i canali per promuovere iniziative specifiche, con un focus su storie di successo e buone pratiche.
2. **Call-to-Action coerenti:** inviti all'azione chiari e consistenti su tutti i canali per stimolare la partecipazione attiva della comunità.
3. **Feedback e interazione:** meccanismi di feedback attraverso sondaggi, forum online e sessioni interattive per raccogliere input dalla comunità e migliorare le future attività.

Sinergia tra canali e strumenti

La strategia prevede una forte interconnessione tra i vari canali e strumenti, con l'obiettivo di creare un ecosistema comunicativo integrato che amplifichi il messaggio del GAL e faciliti l'engagement dei diversi target. L'integrazione sarà assicurata da una pianificazione editoriale coerente, dall'uso strategico di contenuti cross-piattaforma e da una costante valutazione dell'efficacia delle attività tramite analisi dei dati e degli insight raccolti. Le attività descritte saranno rivolte a tutti i target identificati nel PSL, con particolare attenzione alla personalizzazione dei contenuti in base alle esigenze e interessi specifici dei diversi gruppi di stakeholder.

Tabella 5 - Aree di attività

Area	Obiettivi	Attività
Web e social	Garantire una presenza online costante e aggiornata, promuovere il dialogo con la comunità, diffondere informazioni sulle iniziative del GAL e sul territorio.	<ul style="list-style-type: none">• Creazione e manutenzione del sito web del GAL, con sezioni dedicate a notizie, eventi, bandi e progetti.• Gestione attiva dei canali social (Facebook, Instagram, LinkedIn) con contenuti regolari, campagne tematiche e interazione diretta con gli utenti.• Elaborazione e invio di newsletter

		periodiche per aggiornare gli iscritti su novità, opportunità ed eventi.
Eventi e incontri	Creare momenti di incontro e scambio diretto con la comunità, fornire formazione e stimolare la partecipazione attiva al PSL.	<ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione o partecipazione ad eventi territoriali, come fiere locali e incontri pubblici, per presentare il PSL e coinvolgere direttamente la popolazione.
Campagne pubblicitarie	Aumentare la visibilità delle iniziative del GAL e stimolare l'interesse del pubblico verso il territorio e le sue opportunità.	<ul style="list-style-type: none"> • Pianificazione e acquisto di spazi pubblicitari su media tradizionali (quotidiani, periodici, tv, radio) e digitali (banner online, campagne sponsorizzate sui social media). • Sviluppo di campagne creative mirate a promuovere specifici progetti o eventi del GAL, utilizzando messaggi chiari e coinvolgenti.
Ufficio Stampa	Costruire e mantenere relazioni positive con i media, diffondere comunicati stampa e organizzare eventi dedicati ai giornalisti per massimizzare la copertura mediatica delle iniziative del GAL.	<ul style="list-style-type: none"> • Redazione e distribuzione di comunicati stampa, creazione e implementazione di un database dei media aggiornato. • Organizzazione di conferenze stampa per presentare in dettaglio le iniziative del GAL ai rappresentanti dei media.
Materiali e pubblicazioni	Fornire supporti informativi e promozionali tangibili per diffondere le informazioni sul GAL e sulle sue iniziative.	<ul style="list-style-type: none"> • Ideazione e realizzazione di materiali promozionali come depliant, flyer, poster, roll up oltre a materiali specifici per eventi.
Video e prodotti multimediali	Ottimizzare il potere comunicativo dei contenuti multimediali per raccontare il territorio, le sue storie, i	<ul style="list-style-type: none"> • Progettazione e realizzazione di video promozionali, documentari tematici

	progetti del GAL e coinvolgere emotivamente il pubblico.	e testimonianze di successo per essere diffusi tramite web, social media ed eventi.
Altre attività	Completare l'offerta comunicativa con iniziative che possano arricchire la strategia complessiva e raggiungere target specifici.	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementazione di iniziative speciali come concorsi fotografici, sondaggi online per coinvolgere la comunità e raccogliere idee e feedback. ● Collaborazioni con influencer locali



Anno di attività	2024				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Implementazione e manutenzione sito web Baldolessinia.it	Aggiornamento e manutenzione piattaforma Wordpress e spese provider	-	OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazioni di natura tecnica legata all'avanzamento del PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3 e T5	OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazioni bandi PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3, T5	OS02 OS06	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione avvisi serate informative e di animazione sui nuovi bandi PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3, T5	OS01 OS02	C C



	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione bandi CSR Veneto	T2 e T3	OS02 OS04	C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione eventi, workshop e incontri legati al CSR Veneto	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04	C C C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione partecipazione GAL a eventi inaugurali o manifestazioni territoriali	T1 e T3	OS01 OS03 OS05	C C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione partecipazione del GAL a seminari e/o eventi formativi e divulgativi	T4	OS01 OS03 OS05 OS06	C C C C
	Pubblicazione "best practices" sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Individuazione, intervista e pubblicazione di alcune buone pratiche provenienti dal territorio extra GAL, allo scopo di raccontare progetti realizzati che possano essere fonte di ispirazione per i potenziali beneficiari del PSL, ma anche per la cittadinanza.	T1, T2, T3 e T4	OS01 OS02 OS05	C C C



	<p>Publicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn</p>	<p>Publicazione eventuali note tecniche (chiusure uffici, periodi di ferie, disservizi momentanei)</p>	<p>T1, T2, T3</p>	<p>OS02</p>	<p>C</p>
	<p>Newsletter mensile</p>	<p>Elaborazione e invio di almeno 12 newsletter periodiche all'anno per aggiornare gli iscritti su novità, opportunità ed eventi.</p>	<p>T2, T3, T5</p>	<p>OS01 OS02 OS04 OS05</p>	<p>C</p>
<p>Eventi e incontri</p>	<p>Assemblea Soci del 15 maggio ripresa poi sui canali istituzionali e social attraverso foto, interviste e servizio giornalistico realizzato internamente.</p>	<p>Avvio nuova Programmazione F.U.T.U.R.A. e presentazione bandi GAL con cronoprogramma</p>	<p>T3</p>	<p>OS02 OS03</p>	<p>A/C A/C</p>
	<p>Assemblea Soci in presenza a dicembre, ripresa poi sui canali istituzionali e social attraverso foto, interviste e servizio giornalistico realizzato internamente.</p>	<p>Bilancio di fine anno</p>	<p>T3</p>	<p>OS02 OS03</p>	<p>A/C A/C</p>
	<p>Incontri in presenza sul territorio a giugno, ripresi poi sui canali istituzionali e social attraverso foto e interviste.</p>	<p>Presentazione primi bandi PSL F.U.T.U.R.A.: SRD01, SRD13, ISL04, ISL02</p>	<p>T1, T2, T3</p>	<p>OS01 OS02 OS03 OS04 OS06</p>	<p>A/C A/C A/C A/C A/C</p>



	Incontri in presenza sul territorio a settembre, ripresi poi sui canali istituzionali e social attraverso foto e interviste.	Presentazione bando: PSL F.U.T.U.R.A.: ISL03	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	A/C A/C A/C A/C A/C
	Ottobre: evento celebrativo 30° Anniversario, ripreso poi sui canali istituzionali e social attraverso foto, interviste e servizio giornalistico realizzato internamente.	Serata celebrativa per festeggiare assieme alle persone che hanno fatto la storia del GAL (presidenti, ex collaboratori, beneficiari). Luogo: un teatro del territorio, con spazio dedicato alla storia dell'Associazione, al presente e al futuro.	T1, T2, T3, T4 e T5	OS01 OS03 OS05	A/C A/C C
	Dicembre: inaugurazione nuova sede GAL	Taglio del nastro dei nuovi locali messi a disposizione del Comune di Soave per la sede dell'Associazione	T1, T2, T3 e T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
Campagne pubblicitarie	"Piedoni" sul quotidiano L'Arena (Publiadige)	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi, di	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C



		rilievo o significativi.			
	Uscita su rivista annuale Mille Imprese (Publiadige)	Resoconto primo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale La Guida ai Vini Top 100 (Publiadige)	Attività e bandi PSL dedicati, in particolare, alle attività agricole, ma non solo.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale L'Adige - Economia & Territori Aziende (L'Adige Srl)	Resoconto primo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale La Cronaca dell'Economia di Verona (Le Cronache Srl)	Resoconto primo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale TOP 2024 Aziende (editrice TNV)	Resoconto primo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C



	Uscite mensili su rotocalco mensile free press Pantheon Notizie, distribuzione Valpantena, Lessinia.	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi, sagre, manifestazioni o eventi divulgativi e informativi.	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Uscite sul quotidiano multimediale Daily concomitanti con l'uscita su rivista Pantheon (Smart Network Editrice).	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi, sagre, manifestazioni o eventi divulgativi e informativi.	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Campagne promozionali social	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi di rilievo o significativi..	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
Ufficio stampa	Comunicati stampa	Pre e post Assemblea di maggio, pre e post Assemblea di dicembre. Avvio incontri sul territorio di	T5	OS01 OS02 OS03 OS04	C C C C



		presentazione bandi PSL. Conclusione incontri per presentazioni bandi. Inaugurazioni o taglio del nastro significativi.		OS06	C
	Servizi giornalistici	Post Assemblea di maggio, post Assemblea di dicembre. Avvio incontri sul territorio di presentazione bandi PSL. Conclusione incontri per presentazioni bandi. Inaugurazioni o taglio del nastro significativi.	T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Rassegna stampa	Monitoraggio continuo e costante degli articoli e dei servizi pubblicati	T5	OS03	C
	Ampliamento DB giornalisti	Miglioramento e identificazione nuovi contatti stampa locale e regionale	T5	OS03	C
Materiali e pubblicazioni	Roll Up	Dispositivi mobili per l'utilizzo in occasione di incontri pubblici, assemblee, eventi, manifestazioni.	T1, T2, T3	a	C



	Brochure cartacee	Presentazione PSL 2023-2027 F.U.T.U.R.A. e in generale il GAL Baldo-Lessinia	T1, T2, T3, T4	OS01 OS02 OS03	C C C
	Adesivi circolari campagna #noisiamogal	Hashtag identificativo del brand da consegnare a tutti i soggetti beneficiari per accrescere il senso di appartenenza al territorio.	T1 e T2	OS01	C
Video e prodotti multimediali	Per il 2024 non sono previste produzioni video o multimediali.				
Altre attività	Studio logo e immagine coordinata	Realizzazione di un nuovo logo per il PSL F.U.T.U.R.A. da utilizzare su tutta la comunicazione web, social e cartacea fino al 2028 con relativa declinazione dell'immagine coordinata.	T1, T2, T3, T4, T5	OS01 OS02 OS03	C



Anno di attività	2025				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Implementazione e manutenzione sito web Baldolessinia.it	Aggiornamento e manutenzione piattaforma Wordpress e spese provider	-	OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazioni di natura tecnica legata all'avanzamento del PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3, T5	OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazioni bandi PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3, T5	OS02 OS06	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione avvisi serate informative e di animazione sui nuovi bandi PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3, T5	OS01 OS02	C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione bandi CSR Veneto	T2 e T3	OS02 OS04	C C



	<p>Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e su i canali social Facebook, Instagram e LinkedIn</p>	<p>Pubblicazione eventi, workshop e incontri legati al CSR Veneto</p>	<p>T1, T2,T3</p>	<p>OS01 OS02 OS03 OS04</p>	<p>C C C C</p>
	<p>Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn</p>	<p>Pubblicazione partecipazione GAL a eventi inaugurali o manifestazioni territoriali</p>	<p>T1, T3 e T5</p>	<p>OS01 OS03 OS05</p>	<p>C C C</p>
	<p>Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn</p>	<p>Pubblicazione partecipazione del GAL a seminari e/o eventi formativi e divulgativi</p>	<p>T4 e T5</p>	<p>OS01 OS03 OS05 OS06</p>	<p>C C C C</p>
	<p>Pubblicazione “progetti realizzati” sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn</p>	<p>Individuazione, intervista e pubblicazione di alcuni primi beneficiari del PSL, allo scopo di raccontare i progetti realizzati che possano essere fonte di ispirazione per altri potenziali beneficiari o per la semplice cittadinanza.</p>	<p>T1, T2, T3 e T4</p>	<p>OS01 OS02 OS05</p>	<p>C C C</p>
	<p>Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn</p>	<p>Pubblicazione eventuali note tecniche (chiusure uffici, periodi di ferie, disservizi momentanei)</p>	<p>T1, T2, T3</p>	<p>OS02</p>	<p>C</p>



	Newsletter mensile	Elaborazione e invio di almeno 12 newsletter periodiche all'anno per aggiornare gli iscritti su novità, opportunità ed eventi.	T2, T3, T5 e T6	OS01 OS02 OS04 OS05	C
Eventi e incontri	Assemblea Soci ripresa poi sui canali istituzionali e social attraverso foto, interviste e servizio giornalistico realizzato internamente.	Stato di avanzamento F.U.T.U.R.A., presentazione bandi GAL con cronoprogramma	T3	OS02 OS03	A/C A/C
	Incontri in presenza sul territorio, ripresi poi sui canali istituzionali e social attraverso foto e interviste.	Presentazione bandi PSL F.U.T.U.R.A.: SRG07, SRH04, ISL05, ISL06	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	A/C A/C A/C A/C
Campagne pubblicitarie	"Piedoni" sul quotidiano L'Arena (Publiadige)	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi, di rilievo o significativi.	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Uscita su rivista annuale Mille Imprese (Publiadige)	Resoconto secondo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale La Guida ai Vini Top	Attività e bandi PSL dedicati, in	T2 e T3	OS03	C



	100 (Publiadige)	particolare, alle attività agricole, ma non solo.			
	Uscita su rivista annuale L'Adige - Economia & Territori Aziende (L'Adige Srl)	Resoconto secondo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale La Cronaca dell'Economia di Verona (Le Cronache Srl)	Resoconto secondo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale TOP 2025 Aziende (editrice TNV)	Resoconto secondo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscite mensili su rotocalco mensile free press Pantheon Notizie, distribuzione Valpantena, Lessinia.	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Uscite sul quotidiano multimediale Daily concomitanti con l'uscita su rivista Pantheon (Smart Network Editrice).	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03	C C C



		partecipazioni a eventi divulgativi e informativi significativi.		OS04 OS06	C C
	Campagne promozionali social	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi di rilievo o significativi..	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
Ufficio stampa	Comunicati stampa	Pre e post Assemblea. Avvio incontri sul territorio di presentazione bandi PSL. Conclusione incontri per presentazioni bandi. Inaugurazioni o taglio del nastro significativi.	T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Servizi giornalistici	Post Assemblea. Avvio incontri sul territorio di presentazione bandi PSL. Conclusione incontri per presentazioni bandi. Inaugurazioni o taglio del nastro significativi.	T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Rassegna stampa	Monitoraggio continuo e costante degli articoli e dei servizi pubblicati	T5	OS03	C



	Ampliamento DB giornalisti	Miglioramento e identificazione nuovi contatti stampa locale e regionale	T5	OS03	C
Materiali e pubblicazioni	Brochure cartacee	Ristampa - presentazione PSL 2023-2027 F.U.T.U.R.A. e in generale il GAL Baldo-Lessinia	T1, T2, T3, T4	OS01 OS02 OS03	C C C
Video e prodotti multimediali	Video produzione	Video promozionali delle attività svolte nel corso dell'anno dal GAL Baldo-Lessinia.	T1, T2, T3, T4, T5	OS01 OS02 OS03	C C C
Altre attività	Non sono previste attività particolari				



Anno di attività	2026				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Implementazione e manutenzione sito web Baldolessinia.it	Aggiornamento e manutenzione piattaforma Wordpress e spese provider		OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazioni di natura tecnica legata all'avanzamento del PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3 e T5	OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazioni bandi PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3, T5	OS02 OS06	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione avvisi serate informative e di animazione sui nuovi bandi PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3, T6	OS01 OS02	C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e	Pubblicazione bandi CSR Veneto	T2 e T3	OS02 OS04	C C



	Linkedin				
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e Linkedin	Pubblicazione eventi, workshop e incontri legati al CSR Veneto	T1, T2,T3	OS01 OS02 OS03 OS04	C C C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e Linkedin	Pubblicazione partecipazione GAL a eventi inaugurali o manifestazioni territoriali	T1, T3 e T5	OS01 OS03 OS05	C C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e Linkedin	Pubblicazione partecipazione del GAL a seminari e/o eventi formativi e divulgativi	T4	OS01 OS03 OS05 OS06	C C C C
	Pubblicazione “progetti realizzati” sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e Linkedin	Individuazione, intervista e pubblicazione di alcuni beneficiari del PSL, allo scopo di raccontare i progetti realizzati che possano essere fonte di ispirazione per altri potenziali beneficiari o per la semplice cittadinanza.	T1, T2, T3 e T4	OS01 OS02 OS05	C C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e Linkedin	Pubblicazione eventuali note tecniche (chiusure uffici, periodi di ferie, disservizi momentanei)	T1, T2, T3	OS02	C



	Newsletter mensile	Elaborazione e invio di almeno 12 newsletter periodiche all'anno per aggiornare gli iscritti su novità, opportunità ed eventi.	T2, T3, T5	OS01 OS02 OS04 OS05	C
Eventi e incontri	Assemblea Soci ripresa poi sui canali istituzionali e social attraverso foto, interviste e servizio giornalistico realizzato internamente.	Stato di avanzamento F.U.T.U.R.A., presentazione bandi GAL con cronoprogramma	T3	OS02 OS03	A/C A/C
	Incontri in presenza sul territorio, ripresi poi sui canali istituzionali e social attraverso foto e interviste.	Presentazione bandi PSL F.U.T.U.R.A.	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	A/C A/C A/C A/C
Campagne pubblicitarie	"Piedoni" sul quotidiano L'Arena (Publiadige)	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi, di rilievo o significativi.	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Uscita su rivista annuale Mille Imprese (Publiadige)	Resoconto terzo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale La Guida ai Vini Top	Attività e bandi PSL dedicati, in	T2 e T3	OS03	C



	100 (Publiadige)	particolare, alle attività agricole, ma non solo.			
	Uscita su rivista annuale L'Adige - Economia & Territori Aziende (L'Adige Srl)	Resoconto terzo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale La Cronaca dell'Economia di Verona (Le Cronache Srl)	Resoconto terzo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale TOP 2026 Aziende (editrice TNV)	Resoconto terzo anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscite mensili su rotocalco mensile free press Pantheon Notizie, distribuzione Valpantena, Lessinia.	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Uscite sul quotidiano multimediale Daily concomitanti con l'uscita su rivista Pantheon (Smart Network Editrice).	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03	C C C



		partecipazioni a eventi divulgativi e informativi significativi.		OS04 OS06	C C
	Campagne promozionali social	Esito assemblee, presentazione bandi, resoconto serate di presentazioni bandi e partecipazioni a eventi di rilievo o significativi..	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
Ufficio stampa	Comunicati stampa	Pre e post Assemblea. Inaugurazioni o taglio del nastro significativi. Primi report e bilanci attività legate al PSL.	T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Servizi giornalistici	Post Assemblea. Inaugurazioni o taglio del nastro significativi.	T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Rassegna stampa	Monitoraggio continuo e costante degli articoli e dei servizi pubblicati	T5	OS03	C
	Ampliamento DB giornalisti	Miglioramento e identificazione nuovi contatti stampa locale e	T5	OS03	C



		regionale			
Materiali e pubblicazioni	Materiale grafico promozionale	Grafiche e locandine per la promozione dei bandi.	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03	C C C
Video e prodotti multimediali	Video produzione	Video promozionali delle attività svolte nel corso dell'anno dal GAL Baldo-Lessinia.	T1, T2, T3, T4, T5	OS01 OS02 OS03	C C C
Altre attività	Non sono previste altre attività in particolare				



Anno di attività	2027				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Implementazione e manutenzione sito web Baldolessinia.it	Aggiornamento e manutenzione piattaforma Wordpress e spese provider		OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazioni di natura tecnica legata all'avanzamento del PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3 e T5	OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione bandi CSR Veneto	T2 e T3	OS02 OS04	C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione partecipazione GAL a eventi inaugurali o manifestazioni territoriali	T1, T3	OS01 OS03 OS05	C C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e	Pubblicazione partecipazione del GAL a seminari e/o eventi	T4 e T5	OS01 OS03	C C



	Linkedin	formativi e divulgativi		OS05 OS06	C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e Linkedin	Pubblicazione eventuali note tecniche (chiusure uffici, periodi di ferie, disservizi momentanei)	T1, T2, T3	OS02	C
	Newsletter mensile	Elaborazione e invio di almeno 12 newsletter periodiche all'anno per aggiornare gli iscritti su novità, opportunità ed eventi.	T2, T3, T5	OS01 OS02 OS04 OS05	C
Eventi e incontri	Assemblea Soci ripresa poi sui canali istituzionali e social attraverso foto, interviste e servizio giornalistico realizzato internamente.	Stato di avanzamento F.U.T.U.R.A.	T3	OS02 OS03	A/C A/C
Campagne pubblicitarie	"Piedoni" sul quotidiano L'Arena (Publiadige)	Resoconto PSL, attività ed eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Uscita su rivista annuale Mille Imprese (Publiadige)	Resoconto quarto anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C



	Uscita su rivista annuale L'Adige - Economia & Territori Aziende (L'Adige Srl)	Resoconto quarto anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale La Cronaca dell'Economia di Verona (Le Cronache Srl)	Resoconto quarto anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale TOP 2027 Aziende (editrice TNV)	Resoconto quarto anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscite mensili su rotocalco mensile free press Pantheon Notizie, distribuzione Valpantena, Lessinia.	Resoconto PSL, attività ed eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Uscite sul quotidiano multimediale Daily concomitanti con l'uscita su rivista Pantheon (Smart Network Editrice).	Resoconto PSL, attività ed eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C



	Campagne promozionali social	Resoconto PSL, attività ed eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
Ufficio stampa	Comunicati stampa	Pre e post Assemblea. Inaugurazioni o taglio del nastro significativi. Report e bilanci attività legate al PSL.	T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Servizi giornalistici	Post Assemblea. Inaugurazioni o taglio del nastro significativi.	T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Rassegna stampa	Monitoraggio continuo e costante degli articoli e dei servizi pubblicati	T5	OS03	C
	Ampliamento DB giornalisti	Miglioramento e identificazione nuovi contatti stampa locale e regionale	T5	OS03	C
Materiali e pubblicazioni	Pubblicazione cartacea e digitale	Stampa e pubblicazione di un	T1, T2, T3,	OS01	C



		volume che serva da riepilogo e resoconto attività e progetti dei beneficiari del PSL, poi realizzato anche in copia digitale.	T4 e T6	OS03	
<i>Video e prodotti multimediali</i>	Video produzione professionale	Realizzazione, tramite service esterno professionale, di una serie di episodi video per raccontare alcune storie che provengono dai beneficiari del PSL, da riproporre su tutti i canali istituzionali e social del GAL.	T1, T2,T3, T4 e T5	OS01 OS03	A/C
<i>Altre attività</i>	Non sono previste altre attività particolari				



Anno di attività	2028				
Aree di attività	Descrizione attività, canali, strumenti	Contenuti	Target	Obiettivo specifico	Animazione/comunicazione (A-C-A/C)
Web e social	Implementazione e manutenzione sito web Baldolessinia.it	Aggiornamento e manutenzione piattaforma Wordpress e spese provider		OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazioni di natura tecnica legata all'avanzamento del PSL F.U.T.U.R.A.	T2, T3 e T5	OS02	C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione partecipazione GAL a eventi inaugurati o manifestazioni territoriali	T1, T3	OS01 OS03 OS05	C C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	Pubblicazione partecipazione del GAL a seminari e/o eventi formativi e divulgativi	T4	OS01 OS03 OS05 OS06	C C C C
	Pubblicazione periodica sul sito istituzionale e	Pubblicazione eventuali note	T1, T2, T3	OS02	C



	sui canali social Facebook, Instagram e LinkedIn	tecniche (chiusure uffici, periodi di ferie, disservizi momentanei)			
	Newsletter mensile	Elaborazione e invio di almeno 12 newsletter periodiche all'anno per aggiornare gli iscritti su novità, opportunità ed eventi.	T2, T3, T5	OS01 OS02 OS04 OS05	C
Eventi e incontri	Assemblea Soci ripresa poi sui canali istituzionali e social attraverso foto, interviste e servizio giornalistico realizzato internamente.	Stato di avanzamento e conclusione F.U.T.U.R.A.	T3	OS02 OS03	A/C A/C
Campagne pubblicitarie	"Piedoni" sul quotidiano L'Arena (Publiadige)	Resoconto PSL, attività ed eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2, T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Uscita su rivista annuale Mille Imprese (Publiadige)	Resoconto quinto anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale L'Adige - Economia & Territori Aziende (L'Adige Srl)	Resoconto quinto anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C



	Uscita su rivista annuale La Cronaca dell'Economia di Verona (Le Cronache Srl)	Resoconto quinto anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscita su rivista annuale TOP 2027 Aziende (editrice TNV)	Resoconto quinto anno di attività del PSL F.U.T.U.R.A. con aggiornamento dati e riepilogo iniziative principali.	T2 e T3	OS03	C
	Uscite mensili, rilancio delle uscite di Pantheon, su rotocalco mensile free press Pantheon Notizie, distribuzione Valpantena, Lessinia.	Resoconto PSL, attività ed eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Uscite sul quotidiano multimediale Daily concomitanti con l'uscita su rivista Pantheon (Smart Network Editrice).	Resoconto PSL, attività ed eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Campagne promozionali social	Resoconto PSL, attività ed eventi divulgativi e informativi significativi.	T1, T2. T3	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C



Ufficio stampa	Comunicati stampa	Pre e post Assemblea. Report e bilanci attività legate al PSL.	T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Servizi giornalistici	Post Assemblea.	T5	OS01 OS02 OS03 OS04 OS06	C C C C C
	Rassegna stampa	Monitoraggio continuo e costante degli articoli e dei servizi pubblicati	T5	OS03	C
	Ampliamento DB giornalisti	Miglioramento e identificazione nuovi contatti stampa locale e regionale	T6	OS03	C
Materiali e pubblicazioni	Pubblicazione cartacea e digitale	Stampa e pubblicazione aggiornata di un volume che serva da riepilogo e resoconto attività e progetti dei beneficiari del PSL, poi realizzato anche in copia digitale.	T1, T2,T3, T4 e T5	OS01 OS03	C



<i>Video e prodotti multimediali</i>	Video produzione professionale	Realizzazione, tramite service esterno professionale, di una serie di episodi video per raccontare alcune storie che provengono dai beneficiari del PSL, da riproporre su tutti i canali istituzionali e social del GAL.	T1, T2,T3, T4 e T5	OS01 OS03	A/C
<i>Altre attività</i>	Non sono previste ulteriori attività particolari.				



7 - Risorse

Aree di attività	Risorse programmate (euro)				
	2024	2025	2026	2027	2028
Web e social	2000	2000	2000	2000	2000
Eventi e incontri	10400	4000	4000	2000	1000
Campagne pubblicitarie	14000	20000	18000	10000	10000
Ufficio stampa	350	500	1000	500	1000
Materiali e pubblicazioni	1420	2000	2000	6000	6500
Video e prodotti multimediali	0	1500	3000	9500	9500
Altre attività	2600	0	0	0	0
TOTALE annualità	30770	30000	30000	30000	30000
TOTALE complessivo	150770				

Risorse previste nel PSL per SRG06 Azione B categoria B2: 120000 euro Iva Inclusa

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

Per assicurare l'efficacia del Piano di animazione e comunicazione del GAL Baldo-Lessinia, è fondamentale implementare un sistema di monitoraggio robusto e flessibile. Questo sistema dovrà permettere di valutare costantemente l'andamento delle attività, l'impatto delle iniziative di comunicazione e animazione, e l'effettiva partecipazione e coinvolgimento dei diversi stakeholder.

Sistema di Monitoraggio

Indicatori Chiave di Monitoraggio

Gli indicatori saranno suddivisi per area di attività e potranno includere, ma non saranno limitati a:

- **Web e social:** numero di visite uniche al sito, tasso di interazione sui social media (like, condivisioni, commenti), incremento dei follower.
- **Eventi e incontri:** numero di eventi organizzati, partecipazione agli eventi, feedback dei partecipanti.
- **Campagne pubblicitarie:** raggiungimento e frequenza delle visualizzazioni, engagement delle campagne, conversioni da campagne pubblicitarie.
- **Ufficio Stampa:** numero di comunicati stampa diffusi, copertura mediatica ottenuta (articoli pubblicati, servizi televisivi/radiofonici), interazioni con i comunicati.
- **Materiali e pubblicazioni:** quantità di materiali distribuiti, richieste di informazioni seguite alla distribuzione, feedback ricevuto.
- **Video e prodotti multimediali:** visualizzazioni, durata media di visione, interazioni e condivisioni dei video.

Modalità del reperimento dei dati

I dati saranno raccolti attraverso diverse modalità, a seconda dell'indicatore specifico:

- **Strumenti digitali integrati:** piattaforme analitiche web e social (es. Google Analytics, Facebook Insights) per il monitoraggio delle metriche digitali.
- **Registrazioni agli eventi e questionari di feedback:** utilizzo di sistemi di registrazione online e questionari di valutazione post-evento per raccogliere dati quantitativi e qualitativi sugli incontri e le attività.
- **Analisi dei media:** rassegna stampa e software di monitoraggio per tracciare la copertura mediatica.
- **Feedback diretto:** raccolta di feedback tramite email, social media e incontri diretti con i partecipanti alle varie iniziative.



Modalità di Restituzione del Monitoraggio

Il monitoraggio sarà restituito attraverso:

- **Report periodici:** creazione di report trimestrali e annuali che analizzino i progressi rispetto agli indicatori chiave, fornendo una visione chiara dei risultati ottenuti e delle aree di miglioramento.
- **Dashboard di monitoraggio:** implementazione di una dashboard accessibile ai membri del GAL e ai partner per un aggiornamento in tempo reale sullo stato delle attività e sui risultati.
- **Incontri di valutazione:** organizzazione di incontri periodici con gli stakeholder per discutere i risultati del monitoraggio, raccogliere feedback e suggerimenti per migliorare le attività future.

Il sistema di monitoraggio sarà dinamico, in grado di adattarsi alle evoluzioni del Piano di animazione e comunicazione e alle eventuali nuove esigenze che emergono nel corso della sua attuazione. Sarà fondamentale garantire la trasparenza nel processo di monitoraggio e nella condivisione dei risultati, al fine di mantenere un dialogo aperto e costruttivo con tutti gli stakeholder coinvolti.

9 - GANTT delle attività anno 2024

Aree di attività	Descrizione	2024											
		Gen.	Feb.	Mar.	Apr.	Mag.	Giu.	Lug.	Ago.	Set.	Ott.	Nov.	Dic.
Web e social	Aggiornamento sito e pagine social												
Eventi e incontri	Assemblee e incontri PSL												
Campagne pubblicitarie	Inserzioni su riviste e media												
Ufficio Stampa	Attività di comunicazione												
Materiali e pubblicazioni	Brochure e slide												
Video e prodotti multimediali													

10 - Aggiornamento del Piano

Descrivere sinteticamente le modifiche e le relative motivazioni che portano all'aggiornamento del Piano (solo per le versioni successive alla prima presentata nel 2024)