

# VALUTAZIONE DEI BISOGNI, PIANIFICAZIONE, IMPATTO E SOSTENIBILITA' DEI PROGETTI PER I GIOVANI

**VIVE**

Coordinato da



Cofinanziato  
dall'Unione europea

In collaborazione con



**ASPem** onlus  
ASSOCIAZIONE SOLIDARIETA' PAESI EMERGENTI



جمعية تلدات  
ASSOCIATION TILDAT

# PREFAZIONE

Il progetto **Vive la durabilité des actions de jeunesse** – Vive<sup>1</sup> – mira a rispondere alle esigenze delle strutture giovanili marocchine che operano nella regione Orientale (province di Jerada e Nador) e nelle province di Chichaoua e Taroudant. Queste aree fragili sono caratterizzate da una scarsa offerta di lavoro, da un alto tasso di disoccupazione, dalla mancanza di competenze digitali e imprenditoriali, nonché da problemi ambientali dovuti al cambiamento climatico e all'intervento umano.

L'obiettivo generale di questo progetto è fornire alle organizzazioni giovanili partner le conoscenze, i metodi e gli strumenti per rafforzare la loro capacità di rispondere direttamente ed efficacemente alle esigenze dei loro beneficiari, in particolare dei giovani e delle donne. Si tratta quindi di un percorso di rafforzamento delle capacità che coinvolge attivamente sei organizzazioni partner.

Nel corso dei 24 mesi del progetto, le organizzazioni marocchine partecipano a scambi di buone pratiche su vari temi e co-facilitano un ciclo di formazioni basate su strumenti e metodi di educazione non formale, insieme ai due partner europei. In questo modo, le organizzazioni partecipanti migliorano la qualità delle loro pratiche e rafforzano il supporto che offrono ai giovani, in particolare a quelli con minori opportunità.

Il primo corso di formazione svolto nell'ambito del progetto **Vive** riguarda l'implementazione di progetti giovanili: **la valutazione dei bisogni, la pianificazione, l'impatto e la sostenibilità dei progetti giovanili**.

Questo primo opuscolo si rivolge in particolare alle organizzazioni e alle strutture che lavorano con e per i giovani e che intendono avviare progetti per la gioventù, in particolare progetti di volontariato. Gli strumenti, le tecniche e le strategie presentate permetteranno di creare iniziative efficaci e di garantire un impatto significativo e duraturo.

Un breve video che presenta i punti chiave di questa brochure può essere visualizzato sulla piattaforma Vive e sui vari social network dei sei partner del progetto. Il video è disponibile anche sui siti web dei partner.

I prossimi opuscoli tratteranno i seguenti argomenti:

- **La gestione dei volontari**
- **L'eco-responsabilità e la digitalizzazione responsabile**
- **Il potenziamento e la sostenibilità delle azioni per lo sviluppo delle competenze imprenditoriali**

Il progetto Vive la durabilité des actions de jeunesse è coordinato da [Association pour le Développement des Initiatives Citoyennes et Européennes – ADICE](#) (Francia), cofinanziato dall'Unione Europea nell'ambito del programma Erasmus Youth e realizzato in partenariato con [Associazione Solidarietà Paesi Emergenti – ASPEm](#) (Italia), [Association Isaaf Jerada Solidarité et Développement](#) (Marocco), [Association Amuddu Chantiers Sans Frontières](#) (Marocco), [Association Thissaghnaasse pour la culture et développement – ASTICUDE](#) (Marocco), [TILDAT pour le développement et la coopération](#) (Marocco).

<sup>1</sup> Questo progetto è cofinanziato dall'Unione Europea. Tuttavia, le opinioni e i pareri espressi sono esclusivamente quelli degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea. Né l'Unione Europea né l'autorità di finanziamento possono essere ritenute responsabili.

# INDICE

<b>INTRODUZIONE: DALL'IDEA AL PROGETTO</b>	<b>4</b>
<b>I. FASE DI IDENTIFICAZIONE E ANALISI DEI BISOGNI</b>	<b>7</b>
1. Raccogliere i dati	8
1.1. Basarsi sui dati esistenti	8
1.2. Raccogliere nuovi dati attraverso l'inchiesta tramite questionario	10
1.3. Raccogliere nuovi dati attraverso il focus group	12
2. Saper analizzare i dati	14
3. Dimostrare la pertinenza del progetto	15
<b>II. FASE DI FORMALIZZAZIONE, PIANIFICAZIONE E COMUNICAZIONE</b>	<b>17</b>
1. Definire i beneficiari	18
2. Costruire un partenariato efficace	20
3. Creare il quadro logico del progetto	22
3.1. Obiettivo generale	23
3.2. Obiettivi specifici	24
3.3. Metodo SMART	25
4. Collegare obiettivi e risultati	27
5. Pianificare le attività	28
6. Redigere un piano di comunicazione	32
<b>III. FASE DI MONITORAGGIO E VERIFICA: VALUTAZIONE E SOSTENIBILITÀ</b>	<b>34</b>
1. Elaborare una scheda di valutazione	35
2. Garantire la continuità	37
Conclusione	40

# INTRODUZIONE: DALL'IDEA AL PROGETTO

*«Nel linguaggio corrente, un progetto è  
un insieme di azioni da intraprendere  
per raggiungere un obiettivo.»*  
- Labrousse, 2021

L'insieme di queste azioni corrisponde a un ciclo, che può essere suddiviso in 3 fasi principali:

### **I. FASE DI IDENTIFICAZIONE E ANALISI:**

le esigenze del territorio vengono identificate, analizzate e messe in relazione con l'idea iniziale.

### **II. FASE DI FORMALIZZAZIONE, PIANIFICAZIONE E COMUNICAZIONE:**

l'idea viene formalizzata in un progetto pertinente, concreto e limitato nel tempo. Gli obiettivi sono collegati a risultati e attività pianificati e preventivati.

### **III. FASE DI MONITORAGGIO E VERIFICA:**

vengono utilizzati criteri di valutazione per dimostrare il valore del progetto e garantirne la sostenibilità.



*"Il progetto consiste nell'anticipare il futuro. Fare progetti significa proiettarsi nel futuro e accettare l'incertezza che ne deriva."  
- Labrousche, 2021*

## Consigli per passare dall'idea alla costruzione del progetto:

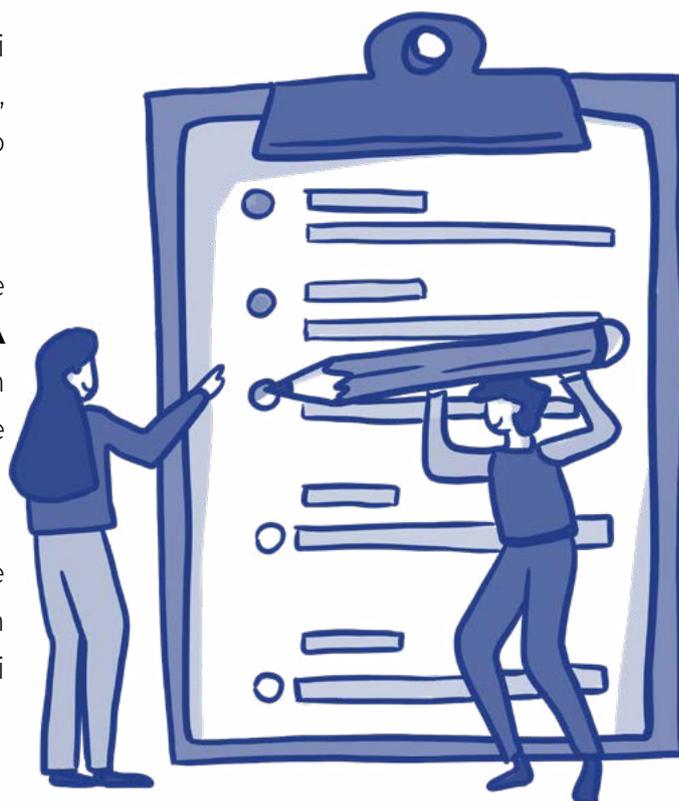
- Proporre un'idea rilevante e fornire una soluzione equilibrata e sostenibile
- Dimostrare di conoscere il territorio e i beneficiari
- Essere innovativi ma realistici, adattando gli obiettivi alle risorse
- Realizzare le attività con il budget e nei tempi stabiliti e raggiungere gli indicatori previsti
- Dimostrare capacità di previsione
- Avere partner impegnati che condividono una visione e delle aspirazioni

## Come utilizzare questo opuscolo?

In questo opuscolo sono presenti sezioni teoriche e pratiche, con esempi ed esercizi, che vi guideranno nella creazione del vostro progetto.

Gli esempi si basano sulle idee di due associazioni marocchine (**Associazione A** e **Associazione B**), che hanno ideato un progetto per promuovere la formazione e l'imprenditorialità tra i giovani in Marocco.

Per ogni esercizio, prendete nota di ciò che potrebbe essere utile per la creazione di un progetto, tenendo conto delle informazioni fornite in tutto l'opuscolo



# **I. FASE DI IDENTIFICAZIONE E ANALISI DEI BISOGNI**

# I. Fase di identificazione e analisi dei bisogni

La fase di identificazione e analisi dei dati di un progetto consiste in una diagnosi dei bisogni reali dei beneficiari e dei problemi specifici del contesto in cui il progetto è previsto.

Questa analisi serve a definire gli obiettivi e i risultati attesi del progetto.

Questa fase deve quindi essere svolta in modo rigoroso e metodico, partendo da una revisione dei dati già prodotti sull'argomento. Raccogliere dati dalla letteratura già prodotta aiuta a garantire l'«appropriatezza dell'approccio» previsto (Dumez, 2011). Per essere rilevante, il progetto deve essere in grado di rispondere a questioni non ancora affrontate. I dati esistenti forniscono anche esempi di buone pratiche realizzate con successo e possono servire come fonte di ispirazione.

Si passa quindi alla fase di raccolta di nuovi dati, utilizzando strumenti come questionari e focus group, che permettono di comprendere a fondo le esigenze dei beneficiari. I dati raccolti devono poi essere analizzati per comprendere le cause immediate e dimostrare la pertinenza della realizzazione di un progetto.

## 1. Raccogliere i dati

Come menzionato in precedenza, i dati possono essere raccolti in diversi modi: utilizzando i dati esistenti o tramite questionari o focus group.

### 1.1 Basarsi sui dati esistenti

 <p><b>OBIETTIVI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ottenere informazioni sui progetti già in corso.</li> <li>• Essere in grado di attingere a dati socio-economici affidabili.</li> <li>• Farsi un'idea iniziale del contesto e delle problematiche inerenti al progetto.</li> </ul>
 <p><b>REALIZZAZIONE</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definire chiaramente i beneficiari diretti del progetto.</li> <li>2. Definire il contesto geografico, sociale, culturale, economico e linguistico.</li> <li>3. Consultare le statistiche locali, regionali e nazionali.</li> <li>4. Ricercare progetti già realizzati da altre associazioni o ONG.</li> </ol>
 <p><b>NOTE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selezionare fonti recenti: i lavori troppo vecchi non sono più necessariamente validi.</li> <li>• Utilizzare banche dati riconosciute: Google Scholar, Cairn, ecc.</li> <li>• Effettuare ricerche in diverse lingue: arabo, francese, inglese.</li> <li>• Redigere una tabella comparativa dei vari progetti realizzati da altre ONG.</li> </ul>

## ESEMPIO

Le due associazioni marocchine hanno identificato una problematica specifica dei rispettivi territori:

<b>ASSOCIAZIONE A a Jerada</b>	<b>ASSOCIAZIONE B a Nador</b>
I giovani non diplomati tra i 18 e i 25 anni non hanno un impiego, non sono studenti e non frequentano corsi di formazione.	I giovani marocchini e gli immigrati regolari che vivono a Nador, di età compresa tra i 18 e i 30 anni, si trovano in una situazione di grave esclusione sociale (NEET - Not [engaged] in Education, Employment or Training).

## ESERCIZI

### Qual è la situazione nel vostro Paese/regione in relazione al vostro progetto?

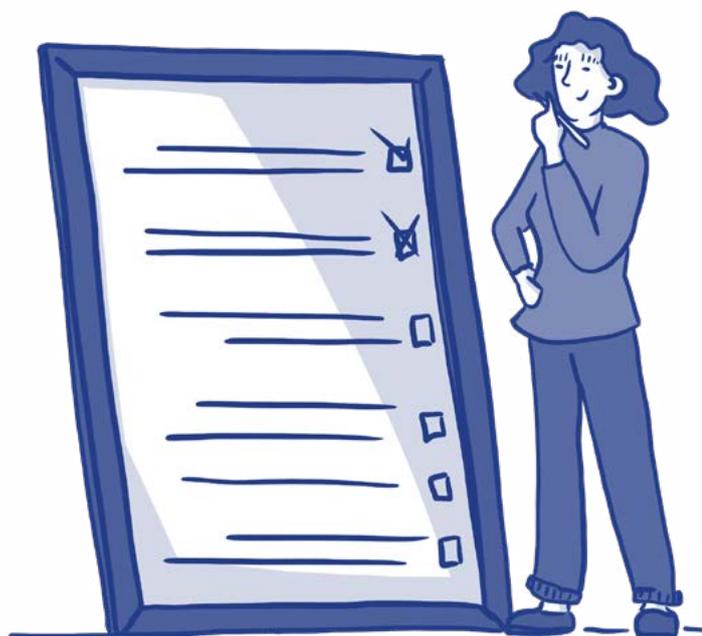
*Siate precisi, utilizzate dei riferimenti e scrivete frasi brevi. Non anticipate la soluzione.*

### Quali dati avete raccolto nel corso della vostra ricerca in relazione al vostro progetto?

*Utilizzate dei riferimenti: statistiche, studi...*

## 1.2 Raccogliere nuovi dati attraverso l'inchiesta tramite questionario

 <b>OBIETTIVI</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Raccogliere dati quantificabili/numerici.</li> <li>• Analizzare e conoscere i beneficiari, le loro abitudini, i loro comportamenti, le loro aspettative e i loro bisogni.</li> <li>• Fornire risposte concrete alle situazioni vissute dai beneficiari.</li> </ul>
 <b>REALIZZAZIONE</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sviluppare ipotesi basate sull'oggetto della ricerca e sul problema da studiare.</li> <li>2. Definire gli indicatori che possono misurare le ipotesi: quali sono i punti chiave da misurare? Quali punti secondari possono essere trattati? Come possono essere quantificati?</li> <li>3. Determinare la popolazione target da intervistare.</li> <li>4. Costruire una serie di domande a partire dalle ipotesi.</li> <li>5. Distribuire il questionario.</li> </ol>
 <b>NOTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creare domande semplici, chiuse, sintetiche e neutre.</li> <li>• Utilizzare software e applicazioni che consentano di creare questionari dematerializzati e di analizzarli più facilmente: Google Form, SurveyMonkey, Wepi, ecc.</li> <li>• Testare il questionario con diversi destinatari (colleghi, amici, ecc.) per assicurarsi che le domande siano chiare.</li> <li>• Scegliere un metodo di distribuzione adeguato ai beneficiari: via e-mail, per telefono, in rete, di persona, ecc.</li> <li>• Scrivere una breve introduzione al questionario, presentando il progetto e i suoi obiettivi.</li> <li>• Garantire la sicurezza e l'anonimato dei dati.</li> </ul>



## ESEMPIO

Per comprendere meglio la situazione dei giovani nei loro territori, le due associazioni marocchine hanno posto ai loro beneficiari le seguenti domande:

ASSOCIAZIONE A a Jerada	ASSOCIAZIONE B a Nador
I giovani non diplomati tra i 18 e i 25 anni non hanno un impiego, non sono studenti e non frequentano corsi di formazione.	I giovani marocchini e gli immigrati regolari che vivono a Nador, di età compresa tra i 18 e i 30 anni, si trovano in una situazione di grave esclusione sociale (NEET).
<p><b>1.</b> Qual è la ragione principale per cui non riesce a trovare un lavoro, degli studi o una formazione?</p> <p>a. Mancanza di esperienza lavorativa.                      b. Mancanza di qualifiche.                      c. Mobilità geografica.                      d. Le offerte di lavoro non corrispondono al mio profilo.</p> <p><b>2.</b> Quale settore di attività, come futuro dipendente, la attira?</p> <p>a. Edilizia.                      b. Informatica.                      c. Artigianato, lavori manuali.                      d. Altro (precisare): _____</p>	<p><b>1.</b> Ha conoscenze sulla creazione di un'impresa? (su una scala da 1 a 4)                      1    2    3    4</p> <p><b>2.</b> È a conoscenza degli attuali meccanismi di finanziamento delle imprese?                      Sì/No</p> <p><b>3.</b> Quali ostacoli le impediscono di avviare un'attività in proprio oggi?</p> <p>a. Mancanza di capitale iniziale.                      b. Mancanza di esperienza professionale.                      c. Mancanza di conoscenze e competenze imprenditoriali.                      d. Vincoli amministrativi (leggi, regolamenti, procedure, ecc.).                      e. Mancanza di consulenza e orientamento.                      f. Mancanza di relazioni professionali/network.</p>

## ESERCIZIO

Quali sono le domande da porre per comprendere i bisogni e le aspettative dei beneficiari?	Risposte: Sì/No; scala da 1 a 4;			
1.				
2.				
3.				

### 1.3 Raccogliere nuovi dati attraverso il focus group

 <p><b>OBIETTIVI</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ottenere informazioni sui beneficiari attraverso una discussione di gruppo.</li> <li>• Raccogliere opinioni dettagliate e variegate.</li> <li>• Osservare atteggiamenti e comportamenti.</li> </ul>
 <p><b>REALIZZAZIONE</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definire un tema centrale, un obiettivo e delle domande preparatorie.</li> <li>2. Scegliere uno o due facilitatori per guidare la discussione.</li> <li>3. Riunire da 6 a 12 partecipanti per circa 2 ore.</li> <li>4. Scegliere una o due attività "rompighiaccio" per rilassare e consolidare il gruppo.</li> <li>5. Porre domande su argomenti di interesse generale per studiare il clima di gruppo e individuare le sue dinamiche.</li> <li>6. Porre domande specifiche sul tema, dando a tutti la possibilità di esprimere le proprie opinioni.</li> <li>7. Concludere ribadendo i punti chiave discussi.</li> </ol>
 <p><b>NOTE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scegliere partecipanti con caratteristiche comuni ma profili diversi.</li> <li>• Chiedere ai partecipanti di spiegare e chiarire le loro opinioni per evitare malintesi.</li> <li>• Assicurarsi che le personalità carismatiche non dominino la discussione.</li> <li>• Chiedere ai partecipanti di valutare l'esperienza (utilizzando un questionario, dei post-it, ecc.).</li> </ul>



## ESEMPIOÙ

Le due associazioni marocchine hanno individuato le seguenti problematiche nel loro territorio:

<b>ASSOCIAZIONE A a Jerada</b>	<b>ASSOCIAZIONE B a Nador</b>
I giovani non diplomati tra i 18 e i 25 anni non hanno un impiego, non sono studenti e non frequentano corsi di formazione.	I giovani marocchini e gli immigrati regolari che vivono a Nador, di età compresa tra i 18 e i 30 anni, si trovano in una situazione di grave esclusione sociale (NEET).

## ESERCIZIO

**Quali sono le domande da porre per comprendere i bisogni e le aspettative dei beneficiari?**

1.

2.

3.



## 2. Saper analizzare i dati

Una volta raccolti i dati, l'obiettivo è incrociare i dati esistenti con quelli quantitativi raccolti attraverso i questionari e quelli qualitativi raccolti durante le attività di focus group.

L'incrocio dei dati ottenuti in vari modi consente di dare contenuto all'analisi e di ricavare le informazioni per poter scrivere le diverse parti del progetto (contesto, giustificazione dell'azione, ecc.) e dimostrare la scelta degli obiettivi.

### ESEMPIO

I dati raccolti possono essere raggruppati in una tabella per facilitarne l'analisi e far emergere le statistiche relative ai temi affrontati.

<b>Qual è la ragione principale per cui le persone non riescono a trovare un impiego?</b>	<b>F</b>	<b>M</b>
Mancanza di esperienza lavorativa.	19%	22%
Mancanza di qualifiche.	34%	56%
Mobilità geografica.	38%	11%
Le offerte di lavoro non corrispondono al mio profilo.	9%	11%

I risultati del questionario mostrano che il 38% dei giovani disoccupati intervistati ha rifiutato un'offerta di lavoro negli ultimi sei mesi per motivi di mobilità geografica.

L'incrocio dei risultati statistici del questionario con i dati ottenuti durante il focus group ci permette di individuare fattori esplicativi specifici: la mancanza di mobilità geografica è legata all'inadeguatezza della rete di trasporto pubblico, all'assenza di patente di guida o all'impossibilità di acquistare un veicolo privato.



### 3. Dimostrare la pertinenza del progetto

« *L'adeguatezza di un progetto al contesto in cui si sviluppa misurerà la sua pertinenza* »  
(Garrabé, 1992)

Una descrizione dettagliata del contesto e dei beneficiari, basata sull'analisi dei dati raccolti, contribuisce a dimostrare la rilevanza del progetto.

È quindi necessario evidenziare i cambiamenti previsti a tutti i livelli (istituzionale e politico, culturale, socio-economico, geografico, ambientale, ecc.).

Inoltre, il progetto deve essere in grado di generare un valore aggiunto.

**Un progetto pertinente sarà quindi:**

→ **COERENTE:** risponde alle esigenze identificate e alle problematiche locali.

→ **LEGITTIMO:** sostenuto da uno o più soggetti competenti e riconosciuti.

→ **REALISTICO:** con obiettivi raggiungibili in termini di tempo, risorse finanziarie e umane.

→ **SOSTENIBILE:** a lungo termine e rispettoso dell'ambiente.

→ **ORIGINALE:** dimostra novità e anticipazione del futuro.



## ESEMPIO

Un progetto pertinente ha impatti a medio e lungo termine, a vari livelli, che devono essere previsti e misurati:

<b>ASSOCIAZIONE A a Jerada</b>	<b>ASSOCIAZIONE B a Nador</b>
Colmare la mancanza di formazione e di accompagnamento per i giovani non diplomati di età compresa tra i 18 e i 25 anni che non lavorano, non studiano e non frequentano corsi di formazione.	Combattere l'esclusione sociale dei giovani marocchini e degli immigrati regolari tra i 18 e i 30 anni, i cosiddetti NEET.

## ESERCIZIO

### Descrivete la pertinenza del vostro progetto

Causa >

Problema/Fragilità >

Effetto >

## **II. FASE DI FORMALIZZAZIONE, PIANIFICAZIONE E COMUNICAZIONE**

## II. Fase di formalizzazione, pianificazione e comunicazione

Una volta identificate e analizzate le esigenze, si tratta ora di sviluppare il progetto. Occorre lavorare sulla fattibilità e sulla pertinenza degli obiettivi e collegarli ai risultati. Questa fase è la base per pianificare le attività mirate a soddisfare le esigenze dei beneficiari del progetto.

I beneficiari sono tutte le persone o i gruppi di persone direttamente interessati dal progetto. Diversi gruppi di beneficiari possono essere presi in considerazione durante la fase di costruzione del progetto. È importante sapere, già in questa fase, in che modo saranno raggiunti e coinvolti durante il progetto.

Inoltre, per garantire il valore aggiunto del progetto, occorre **costituire partenariati solidi**, ma anche prevedere una **comunicazione adeguata** per garantire la diffusione e la visibilità delle azioni.

### 1. Definire i beneficiari

I beneficiari sono le persone che vengono maggiormente raggiunte dalle azioni del progetto e dal loro impatto e coloro che attestano i cambiamenti e gli sviluppi generati dal progetto.

È essenziale descrivere in modo dettagliato i diversi beneficiari del progetto nel modo più completo possibile: il loro numero e la loro natura (comunità locali, associazioni, lavoratori della gioventù, educatori per adulti, ecc.). È importante poterli quantificare, rendendo così il progetto più concreto. Bisogna evitare espressioni come «tutti gli abitanti», «tutte le donne», che sono troppo ampie e non permettono di presentare cifre raggiungibili durante l'implementazione del progetto.

I beneficiari possono essere diretti e indiretti.

I **beneficiari diretti** sono tutte le persone che beneficiano direttamente del progetto.

Ad esempio, le associazioni incaricate dell'attuazione delle attività del progetto e i giovani che vi partecipano.

I **beneficiari indiretti** sono le persone o gli organismi sui quali il progetto ha ripercussioni.

Si può trattare, ad esempio, di imprese che assumono i giovani beneficiari del progetto.



## ESEMPIO

Le due associazioni marocchine hanno identificato il pubblico destinatario del loro progetto, vale a dire i beneficiari diretti:

<b>ASSOCIAZIONE A a Jerada</b>	<b>ASSOCIAZIONE B a Nador</b>
40 giovani non diplomati, dai 18 ai 25 anni, che vivono a Jerada.	100 giovani marocchini e immigrati regolari che vivono a Nador, di età compresa tra i 18 e i 30 anni, in situazione di esclusione sociale (NEET).

## ESERCIZIO

### Chi sono i beneficiari del vostro progetto?

Diretti>

Indiretti>

## 2. Costituire un partenariato efficace

Ogni progetto richiede la creazione di un consorzio di attori, impegnati in un partenariato, che incoraggino l'arricchimento reciproco attraverso la condivisione di buone pratiche e competenze.

**Avere partenariati efficaci garantisce che le attività si svolgano in modo adeguato e incisivo e raggiungano i risultati e gli impatti previsti.** Creare un team con competenze complementari è l'ideale: ogni partner avrà un proprio valore aggiunto, che potrà essere descritto esplicitamente nel progetto.

<p><b>COME SCEGLIERE I PARTNER?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esaminare i partenariati già esistenti per determinare la possibilità e la pertinenza di coinvolgere gli attori con cui sono già stabiliti legami.</li> <li>• Prendere in considerazione l'esperienza e le competenze tecniche, che devono essere coerenti con il progetto.</li> <li>• Studiare la capacità finanziaria in caso di contributo alle spese del progetto.</li> <li>• Porre attenzione alla localizzazione dei potenziali partner: provengono da zone a rischio? Si trovano in aree con caratteristiche e problematiche simili o diverse?</li> </ul>
<p><b>DOVE TROVARLI?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In occasione di eventi, conferenze o seminari (locali, regionali, nazionali, internazionali).</li> <li>• Attraverso webinar o giornate di formazione.</li> <li>• Cercando su reti professionali online.</li> <li>• Consultando i social network (Facebook, LinkedIn, Twitter...).</li> </ul>
<p><b>COME CONTATTARLI?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Via e-mail.</li> <li>• Per telefono.</li> <li>• In videoconferenza.</li> <li>• Di persona, attraverso una visita a partner conosciuti e vicini.</li> </ul>

*È possibile trovare dei partner grazie agli strumenti forniti dall'Unione Europea:*

► **Banca dati di ricerca dei partner dell'UE:** per ciascun programma di finanziamento, la Commissione Europea crea banche dati in cui invita coloro che cercano partner a inserire informazioni sulla propria idea progettuale e il tipo di partner che desiderano.

► **Raccolte di progetti approvati:** raccolte nelle quali la Commissione Europea presenta i progetti approvati.



Occorre distinguere i partner dagli stakeholder (ossia "portatori di interesse" o "parti interessate"). Gli stakeholder non sono direttamente coinvolti nell'attuazione delle attività principali (non ricevono sovvenzioni). Poiché hanno un interesse verso la realizzazione del progetto (ad esempio, poiché condividono i suoi obiettivi), possono essere contattati e partecipare a determinate attività per facilitare l'implementazione e il successo del progetto.

## ESEMPIO

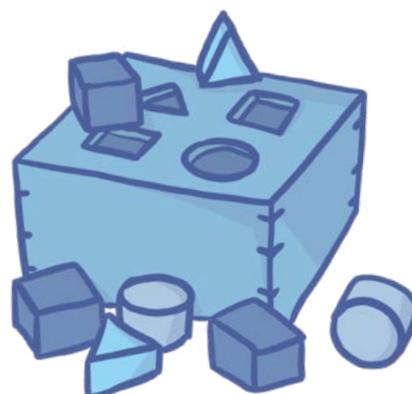
Le due associazioni marocchine hanno identificato i partner del loro progetto:

ASSOCIAZIONE A a Jerada	ASSOCIAZIONE B a Nador
Centri di formazione Comune di Jerada	Comune di Nador Associazioni locali Centri di formazione

## ESERCIZIO

**Quali sono i partner del tuo progetto?  
Qual è il loro valore aggiunto?**

NOME DEL PARTNER	TIPO DI ORGANIZZAZIONE	VALORE AGGIUNTO



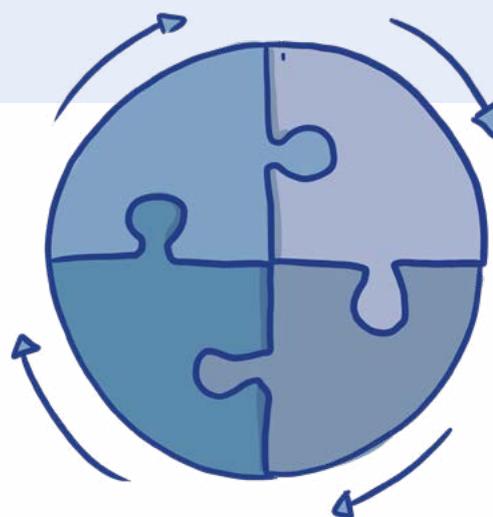
### 3. Creare il quadro logico del progetto

La creazione di un quadro logico consente di **differenziare gli obiettivi specifici dagli obiettivi generali.**

«La definizione degli obiettivi è cruciale per garantire che il progetto sia realistico e realizzabile. Dalla lettura degli obiettivi, deve essere possibile avere un'idea precisa di ciò che verrà fatto o raggiunto attraverso il progetto.»<sup>2</sup>

## QUADRO LOGICO

<b>1</b>	<b>OBIETTIVO GENERALE</b>			Diminuire la disoccupazione giovanile nella Regione Orientale
<b>2</b>	<b>Obiettivo specifico</b>	<b>Obiettivo specifico</b>	<b>Obiettivo specifico</b>	50 giovani tra i 18 e i 25 anni fanno un tirocinio professionalizzante presso 5 partner europei per sei mesi
<b>3</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Risultato atteso</b>	50 giovani avranno concluso il tirocinio nei 2 anni
<b>4</b>	<b>Attività</b>	<b>Attività</b>	<b>Attività</b>	Formazione pre-partenza e avvio del tirocinio all'estero.



### 3.1 Obiettivo generale

Gli obiettivi generali sono «gli obiettivi di sviluppo più ampi [...] che il progetto dovrebbe contribuire a raggiungere.»<sup>3</sup>

Rispondono alla domanda «*Il progetto, nel suo complesso, quali problematiche contribuirà ad affrontare per la società?*». Il progetto stesso contribuisce agli obiettivi generali, ma non li raggiunge da solo. Anche altri progetti e programmi sostengono il raggiungimento dei medesimi obiettivi, anche se con iniziative differenti. Gli obiettivi generali portano benefici a lungo termine per i beneficiari diretti e indiretti.

Nella maggior parte dei progetti, per raggiungere questi obiettivi, è utile fare affidamento su altri progetti e programmi e su politiche pubbliche e attori privati. È anche importante contribuire agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)<sup>4</sup>, e assicurarsi di conformarsi alle politiche regionali e settoriali del Governo e della Commissione Europea.

## ESEMPIO

Le due associazioni hanno definito l'obiettivo generale del loro progetto focalizzato sulla formazione e sull'imprenditorialità giovanile:

<b>ASSOCIAZIONE A A JERADA</b>	<b>ASSOCIAZIONE B A NADOR</b>
Promuovere l'occupazione giovanile attraverso la formazione breve.	Sviluppare un ambiente favorevole all'inserimento lavorativo dei giovani marocchini e degli immigrati in situazioni di esclusione sociale.

## ESERCIZIO

**Qual è l'obiettivo generale del vostro progetto?**

<sup>3</sup> Manuale di gestione del ciclo di progetto, Commissione delle Comunità Europee, febbraio 1993

<sup>4</sup> Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile si riferiscono ai diciassette obiettivi fissati dagli Stati membri delle Nazioni Unite e che sono riuniti nell'Agenda 2030. Questa Agenda è stata adottata dalle Nazioni Unite nel settembre 2015 dopo due anni di negoziati tra Governi e società civile. Definisce gli obiettivi da raggiungere entro il 2030, definiti SDGs (Sustainable Development Goals). Gli obiettivi e i target individuati sono 1691 e sono comuni a tutti i Paesi coinvolti. Questi includono, ad esempio, obiettivi come SDG 1 "Eradicazione della povertà", SDG 2 "Lotta contro la fame" o SDG 13 "Lotta contro il cambiamento climatico".

### 3.2 Obiettivi specifici

Gli obiettivi specifici sono gli obiettivi che il progetto si propone di raggiungere direttamente: «[...] obiettivo la cui fase iniziale deve essere raggiunta durante l'intervento progettuale e con la reale probabilità che essa permanga dopo il progetto. Infatti, si tratta sempre di benefici duraturi per i gruppi beneficiari.»<sup>5</sup>

Questi obiettivi sono misurabili a medio termine: già a metà del progetto è possibile vedere i risultati. A differenza degli obiettivi generali, gli obiettivi specifici possono e devono essere misurati nel corso del progetto. Questi effetti riguardano le infrastrutture e le risorse, le pratiche e i comportamenti dei beneficiari o dei partner, ecc.

Ogni obiettivo specifico deve essere collegato a una serie di attività e a un risultato.

### ESEMPIO

Di seguito, sono riportati i 3 obiettivi specifici delle associazioni prese in considerazione:

<b>ASSOCIAZIONE A a Jerada</b>	<b>ASSOCIAZIONE B a Nador</b>
Formare 40 giovani di Jerada non diplomati, entro 2 anni, nel settore dell'edilizia.	Formare 100 giovani marocchini NEET all'imprenditorialità, entro 12 mesi.
Accompagnare 40 giovani nella ricerca del lavoro, entro 6 mesi.	Accompagnare 50 giovani marocchini e immigrati NEET nella creazione di imprese, entro 18 mesi.
Mettere in contatto 30 giovani con tutor che hanno già partecipato all'azione.	Sensibilizzare 50 istituzioni e aziende della regione sulle azioni necessarie per promuovere le imprese create dai giovani

### ESERCIZIO

#### Quali sono i 3 obiettivi specifici del vostro progetto?

1.

2.

3.

<sup>5</sup> Manuale di gestione del ciclo del progetto, Commissione delle Comunità Europee, febbraio 1993

### 3.3 Metodo SMART

Il metodo SMART<sup>6</sup> è uno strumento utilizzato per identificare gli obiettivi specifici di un progetto.

Cinque criteri guidano la definizione degli obiettivi e sono facili da ricordare perché insieme formano l'acronimo SMART:

S	M	A	R	T
<p><b>Specifico</b> Cosa? Chi?</p> <p>= un'azione</p>	<p><b>Misurabile</b> Quanto?</p> <p>= un numero di partecipanti</p>	<p><b>Adeguito (raggiungibile)</b> È realizzabile con le risorse che ho a disposizione?</p>	<p><b>Realistico</b> Con che mezzi? Con chi?</p> <p>= una rete di partner consolidati</p>	<p><b>Temporalmente definito</b> Quando?</p> <p>= una durata limitata</p>



**Specifico:** si tratta dell'azione concreta da svolgere, l'obiettivo deve essere chiaramente identificato. La formulazione dell'obiettivo deve mostrare in modo preciso il risultato da raggiungere.



**Misurabile:** l'obiettivo deve essere quantificabile in modo da poter valutare il progresso del progetto.



**Adeguito (raggiungibile):** sebbene l'obiettivo debba essere ambizioso per motivare il partenariato e i beneficiari, deve rimanere realizzabile. Un obiettivo troppo generale o eccessivamente ambizioso può portare al fallimento del progetto, con pesanti conseguenze sia per le comunità sia per l'organizzazione proponente che potrebbe dover rimborsare le spese ritenute non ammissibili.



**Realistico (pertinente):** l'obiettivo da raggiungere deve essere significativo e pertinente. Il cambiamento che si intende ottenere deve essere concreto e coerente con il resto del progetto.



**Temporale:** l'obiettivo deve essere raggiungibile entro un tempo limitato. Il suo raggiungimento deve quindi essere delimitato ad un periodo di tempo; tale periodo viene formalizzato nel momento dell'avvio del progetto tramite un contratto con il finanziatore. L'intero progetto deve essere completato entro questo periodo di tempo prestabilito.

<sup>6</sup> L'economista George T. Doran è stato il primo a utilizzare l'acronimo SMART negli anni '80, riprendendo il metodo di Peter F. Drucker per identificare gli obiettivi quantitativamente o qualitativamente in un periodo definito.

## ESEMPIO

Di seguito, il metodo SMART applicato a ciascuna delle associazioni studiate:

ASSOCIAZIONE A a Jerada	ASSOCIAZIONE B a Nador
<p>Formare 40 giovani di Jerada non diplomati, entro 2 anni, nel settore dell'edilizia.</p> <p><b>Specifico:</b> formazione nel settore dell'edilizia.</p> <p><b>Misurabile:</b> 40 giovani.</p> <p><b>Adeguito / Raggiungibile:</b> 4 corsi di formazione con 10 partecipanti ciascuno.</p> <p><b>Realistico:</b> il numero stabilito è realistico in base alla popolazione di Jerada.</p> <p><b>Temporale:</b> un corso di formazione ogni 3 mesi, quindi 20 giovani formati all'anno.</p>	<p>Formare 100 giovani marocchini NEET all'imprenditorialità, entro 12 mesi.</p> <p><b>Specifico:</b> formazione nel campo dell'imprenditorialità.</p> <p><b>Misurabile:</b> 100 giovani.</p> <p><b>Adeguito / Raggiungibile:</b> 100 giovani marocchini vengono accompagnati nel loro inserimento nel mondo dell'imprenditoria (e non 500).</p> <p><b>Realistico:</b> il numero stabilito è realistico in base alla popolazione di Nador.</p> <p><b>Temporale:</b> 12 mesi per formare i giovani.</p>

## ESERCIZIO

Quali sono gli elementi del metodo SMART applicabili al vostro progetto?

S

M

A

R

T

#### 4. Collegare obiettivi e risultati

I risultati derivano dagli obiettivi specifici. Sono diretti, tangibili e rappresentano prodotti, beni, servizi e infrastrutture direttamente forniti ai beneficiari: formazioni, guide, scuole costruite, ecc. Consentono di valutare il valore aggiunto del progetto e i cambiamenti apportati con un "prima" e un "dopo". Tale valutazione avviene tramite la raccolta di dati numerici: ad esempio, 50 giovani formati, 1 guida prodotta, 1 scuola aperta, ecc.

Ogni risultato deve essere coerente con l'obiettivo specifico definito. Si tratta di misurare tutto ciò per cui il progetto è stato realizzato e che si è impegnato a realizzare.

Ogni risultato deve essere realizzabile attraverso un'attività. Se non è possibile associare un'azione concreta all'attività in questione, allora non si tratta di un risultato.

**Come gli obiettivi specifici, anche i risultati devono essere SMART.**

### ESEMPIO

Risultati delle due associazioni studiate:

<b>ASSOCIAZIONE A a Jerada</b>	<b>ASSOCIAZIONE B a Nador</b>
40 giovani non diplomati saranno formati entro 2 anni a Jerada.	100 giovani marocchini NEET saranno formati sul tema dell'imprenditorialità durante il corso dei prossimi 12 mesi.
40 giovani saranno accompagnati nella ricerca di lavoro nel corso dei prossimi 6 mesi.	50 giovani marocchini NEET saranno accompagnati nella creazione di imprese nel corso dei prossimi 18 mesi.
30 giovani saranno messi in contatto con giovani tutor.	50 istituzioni e aziende della regione saranno sensibilizzate sulle azioni per promuovere le imprese create dai giovani imprenditori.

### ESERCIZIO

#### Quali sono i risultati attesi del vostro progetto?

I risultati attesi devono essere collegati agli obiettivi specifici.

1.

2.

3.

## 5. Pianificare le attività

Le attività sono le azioni da realizzare per raggiungere i risultati.

Si tratta quindi di riflettere sui mezzi e i procedimenti da mettere in atto per produrre i risultati attesi. Le attività rappresentano il fondamento del progetto. Devono essere raggruppate per risultato e numerate di conseguenza.

Deve essere redatto un piano d'azione che copra l'intera durata del progetto, rispondendo alle seguenti domande:

► **COSA: COSA DEVE ESSERE REALIZZATO?**

*(Formazione, seminario, incontro, creazione di strumenti, ecc.)*

► **CHI: A CHI È DESTINATA L'ATTIVITÀ? CHI LA REALizzerà?**

*(Beneficiari: giovani, donne, organizzazioni, ecc.; partner incaricati della specifica attività, ecc.)*

► **QUANDO: DOVE E QUANDO SI SVOLGERÀ L'ATTIVITÀ? QUANTO TEMPO RICHIEDERÀ?**

*(Date e luoghi)*

► **COME: QUALI SONO I PRODOTTI / RISULTATI CHE VERRANNO CREATI?**

*(Una brochure, un video, una guida formativa, ecc.)*

► **QUANTO: QUANTO COSTERÀ?**

*(Risorse e budget)*

Parallelamente alla pianificazione delle azioni, è necessaria la stesura di un budget previsionale per controllare e gestire l'utilizzo delle risorse disponibili.



Per conoscere le diverse fasi della costruzione del budget, è disponibile un video creato da ADICE e accessibile gratuitamente sul canale [YouTube](#) dell'organizzazione.



## FASE DI FORMALIZZAZIONE, PIANIFICAZIONE E COMUNICAZIONE

Per facilitare la pianificazione delle attività e renderle il più accurate possibile, è utile creare un calendario dettagliato che indichi i periodi in cui i deliverable (prodotti e servizi) devono essere creati.

Le attività devono essere sufficientemente dettagliate per:

- Creare un piano di lavoro provvisorio e calcolare la durata probabile di ogni attività;
- Determinare le risorse fisiche e non fisiche necessarie;
- Calcolare il budget<sup>7</sup>.

## PIANO D'AZIONE

ATTIVITÀ	Durata	Mese 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12
A 1.1 Preparazione della formazione pre-partenza	2 mesi	x	x										
A1.2 Realizzazione della formazione in presenza per 50 persone suddivise in 5 gruppi (10 persone per gruppo)	12 mesi			x		x		x		x		x	
A1.3 Valutazione della formazione	0,5 mesi			x		x		x		x		x	
A2.1 Preparazione dei volontari alla partenza					x	x	x						
A2.2 Realizzazione del servizio volontario all'estero							x	x	x	x	x	x	x
A2.3 Monitoraggio dei volontari								x	x	x	x	x	x
A.3 Rapporti di monitoraggio intermedio										x			



<sup>7</sup> Idem Gestione del progetto

## ESEMPIO

Di seguito, le attività pianificate dalle due associazioni marocchine:

	<b>ASSOCIAZIONE A a Jerada</b>	<b>ASSOCIAZIONE B a Nador</b>
<b>ATTIVITÀ 1</b>  <b>OBIETTIVO SPECIFICO 1</b>	Promozione dell'attività di formazione attraverso social media e affissioni in spazi pubblici; M1 - M3	Promozione della formazione e individuazione dei giovani partecipanti
	Identificazione di 40 giovani partecipanti tramite un questionario online o appuntamenti individuali; M4 - M6	Realizzazione della formazione rivolta ai giovani sul tema della creazione d'impresa (100 giovani suddivisi in 4 gruppi)
	Organizzazione dei corsi di formazione; M6 - M15	Implementazione di tirocini professionali presso le aziende locali
<b>ATTIVITÀ 2</b>  <b>OBIETTIVO SPECIFICO 2</b>	Appuntamenti individuali trimestrali per l'accompagnamento personalizzato nella ricerca di lavoro; M15 - M21	Implementazione di un sistema di accompagnamento per la creazione di impresa: sensibilizzazione e individuazione dei giovani
	Formazione all'uso delle nuove tecnologie per potenziare le competenze e valorizzarle nella ricerca di lavoro; M6 - M14	Svolgimento di workshop per fornire conoscenze e strumenti per la creazione d'impresa: elaborazione di un piano di business, individuazione dei possibili finanziamenti, ecc. (4 workshop / 4 gruppi)



## ESERCIZIO

Quali sono le attività del vostro progetto?  
 Quanto tempo verrà impiegato per realizzare ogni attività?

## PIANO D'AZIONE

ATTIVITÀ 1 Obiettivo specifico 1	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12
A.1.1:												
A.1.2:												
A.1.3:												

ATTIVITÀ 2 Obiettivo specifico 2	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M 11	M 12
A.2.1:												
A.2.2:												
A.2.3:												

## 6. Redigere un piano di comunicazione

Per favorire la diffusione, la visibilità e la sostenibilità del progetto, è importante adottare una strategia di comunicazione efficace fin dalla fase di pianificazione, attraverso l'elaborazione di un piano di comunicazione coerente alle diverse attività e alla suddivisione del budget.

La comunicazione esterna è un'azione essenziale per presentare le attività realizzate ai finanziatori, agli stakeholder, ai beneficiari, ma anche agli attori potenzialmente interessati al progetto (ad esempio, possibili co-finanziatori).

### ECCO I PASSAGGI PER ELABORARE UN PIANO DI COMUNICAZIONE EFFICACE:

- 1. Definire gli obiettivi e il target destinatario della comunicazione:** promuovere iniziative presso scuole o gruppi giovanili per coinvolgere ragazze e ragazzi, coinvolgere i cittadini in eventi, sensibilizzare le istituzioni su un tema specifico, diffondere un servizio tra i beneficiari a cui esso è destinato...
- 2. Stabilire un calendario di comunicazione mensile** del progetto con le tappe chiave.
- 3. Scegliere gli strumenti di diffusione:** social media, siti web, stampa cartacea e online, programmi radiofonici e televisivi, podcast...
- 4. Avviare le azioni di comunicazione, monitorarle e adeguarle:** una volta avviate le azioni, è necessario un monitoraggio costante (ad esempio, tramite un foglio di calcolo Excel) per misurare la disseminazione e fornire ai finanziatori informazioni e prove sull'andamento della diffusione. Il monitoraggio consente di adeguare le azioni in base al numero di persone raggiunte: *è necessario aumentare le pubblicazioni? È opportuno individuare una rete o un canale di diffusione specifici? Ecc.*



## ESEMPIO

<b>Associazione A:</b>	<b>MESE 1</b>	<b>[...]</b>	<b>MESE 6</b>	<b>MESE 7</b>	<b>[...]</b>	<b>MESE 21</b>
Reti social	Post per far conoscere il progetto		Post per far conoscere il progetto			Post sull'evento di diffusione
Stampa locale				Articolo per promuovere la prima formazione pianificata		Articolo sull'evento di diffusione
Sito internet	Pagina di presentazione del progetto		Articolo sull'avanzamento del progetto			

<b>Associazione B:</b>	<b>MESE 1</b>	<b>[...]</b>	<b>MESE 6</b>	<b>MESE 7</b>	<b>[...]</b>	<b>MESE 15</b>
Reti social	Post per presentare il progetto		Post per presentare le attività svolte con le imprese e raccogliere nuovi interessi			Post sui workshop formativi realizzati
Stampa locale				Articolo sulle attività svolte con le imprese		Articolo sui workshop formativi realizzati
Sito internet	Pagina di presentazione del progetto		Articolo sull'avanzamento del progetto			

## ESERCIZIO

### Quali azioni di comunicazione potreste intraprendere?

Le azioni di comunicazione mirano a far conoscere agli altri quello che fate.

<b>Attività</b>	<b>Strumenti / canali di diffusione</b>	<b>Prove dell'avvenuta comunicazione / diffusione</b>

# **III. FASE DI MONITORAGGIO E VERIFICA: VALUTAZIONE E SOSTENIBILITÀ**

### III. Fase di monitoraggio e verifica: valutazione e sostenibilità

Per rendere il progetto sostenibile nel tempo, è necessario analizzarne l'evoluzione, controllare il raggiungimento dei risultati attesi e studiare gli impatti a breve, medio e lungo termine. Il progetto deve fornire un reale valore aggiunto e dimostrare che i beneficiari hanno sviluppato competenze e conoscenze valorizzabili e utilizzabili nel tempo.

#### 1. Elaborare una scheda di valutazione

Strutturata con una serie di domande volte a indagare le opinioni, gli atteggiamenti, le percezioni e la comprensione di un gruppo target in merito ad argomenti specifici, la scheda di valutazione può essere creata durante lo svolgimento di un progetto o dopo il suo completamento, per valutare l'impatto delle azioni messe in atto. Essa consente di raccogliere informazioni dai diversi attori coinvolti nel progetto (beneficiari, partner, stakeholder) al fine di misurare l'efficacia di una specifica azione.

#### ECCO I PASSAGGI PER CREARE UNA SCHEDA DI VALUTAZIONE:

1. **Definire un obiettivo:** cosa si desidera valutare? Cosa si cerca di dimostrare?
2. **Identificare gli attori da interrogare:** beneficiari diretti o indiretti, partner, stakeholder...
3. **Creare un modulo di valutazione:** può contenere domande chiuse (liste di risposte, scale di misurazione per valutare la soddisfazione o il grado di raggiungimento di un obiettivo) o domande aperte (sotto forma di risposte brevi o paragrafi; in questi casi è necessario definire i criteri per analizzare le risposte).
4. **Diffondere i questionari di valutazione:** in formato digitale (ad esempio, tramite Google Form) o in formato cartaceo.
5. **Analizzare le risposte raccolte:** i risultati possono essere sintetizzati sotto forma di statistiche.

## ESEMPIO

Di seguito, le schede di valutazione elaborate per i beneficiari diretti e diffuse al termine del progetto:

Associazione A a Jerada	ASSOCIAZIONE B a Nador
<p><b>1.</b> Dopo la formazione, avete avuto contatti con le imprese locali? Si / No</p> <p><b>2.</b> Se avete risposto sì, che tipo di contatti avete avuto con le imprese locali?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mi hanno contattato per un colloquio;</li> <li>- Le ho contattate per candidarmi e inviare il mio CV.</li> <li>- Mi hanno offerto un tirocinio o un apprendistato.</li> <li>- Mi hanno proposto una formazione specifica aggiuntiva per sviluppare altre competenze.</li> <li>- Mi hanno offerto un periodo di prova.</li> <li>- Altro (specificare): _____</li> </ul>	<p><b>1.</b> Da 1 a 5, in che misura pensate di aver acquisito competenze imprenditoriali che non possedevate precedentemente? (1: nessuna competenza acquisita; 5: ho acquisito numerose nuove competenze). 1 / 2 / 3 / 4 / 5</p> <p><b>2.</b> Se avete risposto sì, potete specificare quali competenze imprenditoriali avete acquisito?</p> <p><b>3.</b> Come state utilizzando o utilizzerete le competenze acquisite?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sono impegnato nella creazione di una start-up per i giovani.</li> <li>- Ho trovato un impiego presso un'azienda locale.</li> <li>- Sto sviluppando un progetto imprenditoriale da presentare alle imprese locali.</li> <li>- Partecipo alla creazione di un'impresa familiare .</li> <li>- Non lo so ancora.</li> <li>- Altro (specificare): _____</li> </ul>

## ESERCIZIO

### Quali azioni di valutazione pensate di implementare?

La valutazione può essere svolta con diverse modalità: auto-valutazione, valutazione interna o esterna.

OBIETTIVO	DESCRIZIONE DELL'AZIONE	PROVE DELL'AVVENUTA VALUTAZIONE

## 2. Garantire la continuità

Durante tutte le attività svolte, è necessario prestare particolare attenzione alla continuità. Un progetto non dovrebbe essere solo una realizzazione temporanea, ma dovrebbe poter garantire un cambiamento duraturo ed essere proiettato nel futuro. Per favorire la continuità bisogna tenere in considerazione diversi aspetti:

→ **TECNICO:** come trasferire le competenze ai partner del progetto / ai gruppi target, come adottare e mantenere strumenti e metodi introdotti dal progetto, come utilizzare e gestire le attrezzature impiegate al termine delle attività.

→ **SOCIALE E ISTITUZIONALE:** strategia di autonomia del o dei partner del progetto, livello di sostenibilità istituzionale e sociale previsto per il o i partner del progetto.

→ **ECONOMICO E FINANZIARIO:** strategia per la sostenibilità economica e finanziaria dei partner del progetto, processo per garantire l'autonomia finanziaria dei gruppi target e delle altre parti interessate per continuare le attività dopo la fine del progetto.

→ **AMBIENTALE:** strategia per garantire un'attuazione continuativa mitigando eventuali effetti negativi sull'ambiente e sul clima e favorendo la conservazione delle risorse naturali.



**ESEMPIO**

È importante tenere conto di indicatori quantitativi e qualitativi per valutare gli impatti del progetto e garantirne la continuità:

	<b>ASSOCIAZIONE A a Jerada</b>	<b>ASSOCIAZIONE B a Nador</b>
<b>INDICATORI QUANTITATIVI</b>	Numero di giovani formati	Numero di giovani marocchini e immigrati formati
	Numero di giovani che hanno trovato un lavoro	Numero di giovani marocchini e immigrati che hanno creato un'azienda
	Numero di giovani che hanno beneficiato del tutoraggio	Numero di imprese che hanno partecipato alla presentazione delle azioni del progetto
<b>INDICATORI QUALITATIVI</b>	Livello di soddisfazione dei giovani che hanno beneficiato della formazione	Livello di soddisfazione dei giovani che hanno beneficiato della formazione
	Potenziamento delle competenze dei giovani nel settore dell'edilizia e delle opere pubbliche	Sviluppo delle competenze dei giovani nella creazione di imprese



## ESERCIZI

**Quali indicatori potreste individuare per valutare l'impatto del vostro progetto e garantirne la continuità?**

INDICATORI QUANTITATIVI	INDICATORI QUALITATIVI

**Quali sono gli impatti prevedibili del vostro progetto?**

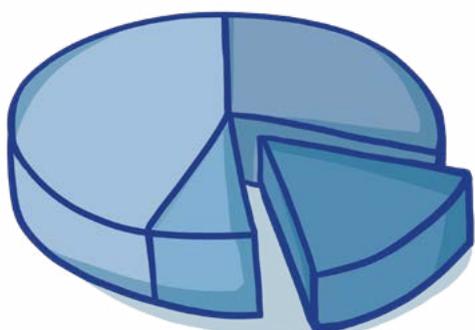
Tecnici, sociali, economici e finanziari, ambientali...

1.

2.

3.

**Esempi:** "gli strumenti sviluppati durante il progetto sono utilizzati durante le attività quotidiane delle strutture giovanili"; "i professionisti della gioventù propongono formazioni nelle loro attività quotidiane".



# CONCLUSIONE

Questo opuscolo elaborato dai partner del progetto "Vive - Vive la durabilité des actions de jeunesse" raccoglie le buone pratiche per identificare e attuare le fasi chiave del ciclo di progetto (valutazione dei bisogni, pianificazione, impatto e sostenibilità dei progetti giovanili). Infatti, le diverse fasi vengono presentate in modo da fornire strumenti e metodi agli attori delle associazioni e strutture che lavorano con e per i giovani e che desiderano avviare progetti per rispondere alle sfide locali, sociali ed economiche.

La prima parte del ciclo del progetto, quando quest'ultimo è ancora solo un'idea, è fondamentale per identificare le necessità dei beneficiari e creare un progetto con un impatto significativo. A tal fine, la raccolta e l'analisi dei dati, sia qualitativi sia quantitativi, devono essere rigorose.

La seconda fase, quella di formalizzazione, pianificazione e comunicazione, consiste nell'identificare con precisione e praticità tutti gli elementi che ruotano attorno al progetto per garantire un'implementazione di successo: identificare i beneficiari diretti e indiretti, trovare partner adeguati, definire obiettivi realistici e sostenibili e costruire attività realizzabili per ottenere risultati concreti. È anche importante pianificare in anticipo una strategia di comunicazione per garantire la diffusione del progetto e la sua futura sostenibilità.

Infine, la terza fase è quella che vede la realizzazione del monitoraggio e della verifica e anch'essa si svolge durante il progetto. Si tratta di valutare le attività e i risultati del progetto al fine di rendere conto della sua efficacia. Grazie agli indicatori quantitativi e qualitativi stabiliti in precedenza, è possibile monitorare lo svolgimento del progetto e favorire impatti significativi (ambientali, sociali, tecnici, finanziari...).

Rispettare le fasi del ciclo di progetto è essenziale. Se esse sono ben strutturate e chiaramente pianificate, è possibile presentare una richiesta di finanziamento per un progetto che non solo otterrà un punteggio elevato nella valutazione, ma che verrà anche implementato con qualità.

Infatti, se la richiesta di finanziamento viene accettata, questa diventerà il documento di riferimento per realizzare il progetto, per interagire coi partner e per rendere conto ai finanziatori e ai beneficiari. È quindi essenziale che gli obiettivi e gli indicatori siano SMART. L'inosservanza di uno degli elementi inclusi in questa richiesta di finanziamento comporterà un rimborso al finanziatore, mettendo a rischio il progetto e il raggiungimento dei risultati attesi.

# VIVE

Coordinato da



Cofinanziato  
dall'Unione europea

In collaborazione con



**ASPEM** onlus  
ASSOCIAZIONE SOLIDARIETÀ PAESI EMERGENTI

