

# CANVAS

## (investment hounds)

<p>1. Progetto e tema scelto su Open coesione</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Nome progetto:</b> Investment Hounds;</li> <li>• <b>Descrizione progetto:</b> Il progetto parte dall' analisi dei dati relativi alla dinamica del finanziamento di cui ha beneficiato il progetto denominato "REALIZZAZIONE CAMPETTO PLAYGROUND COMUNE DI PIEDIMONTE MATESE". Esso ha lo scopo di:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Capire come accedere alle forme di finanziamento pubblico;</li> <li>○ Verificare la fattibilità tecnica per beneficiare di altri finanziamenti;</li> <li>○ Promuovere e valorizzare le altre strutture della realtà locale;</li> <li>○ Partecipare allo sviluppo economico e sociale dell'area interessata</li> </ul> </li> <li>• <b>Tema:</b> Inclusione sociale – Altre infrastrutture Sociali</li> </ul>
<p>2. Persone esperte sul tema da coinvolgere</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://opencoesione.gov.it/it/progetti/1ca82c352007it161po009/">https://opencoesione.gov.it/it/progetti/1ca82c352007it161po009/</a></li> <li>• <b>Amministratori locali.</b> Si procederà a consultare gli amministratori comunali che hanno operato per realizzazione del progetto. Sarà chiesto loro un'attività di collaborazione e formazione finalizzata a:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fornirci la documentazione relativa all'iter che ha portato all'ottenimento del finanziamento;</li> <li>○ Garantirci incontri in presenza per illustrarci il materiale fornito;</li> <li>○ Suggestirci la dinamica e le strategie da utilizzate per poter beneficiare di finanziamenti simili su altre strutture del nostro territorio.</li> </ul> </li> </ul>
<p>3. Format di comunicazione e strategia di coinvolgimento</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Volantini</b> (da diffondere "porta a porta" sul nostro territorio per favorire l'informazione e per spronare gli altri a realizzare in attività aventi per oggetto l'inclusione sociale);</li> <li>• <b>Post sui social media</b> (per raggiungere, informare e spronare quante più persone possibili, con costi del tutto trascurabili);</li> <li>• <b>Video</b> (per dimostrare come attivarsi per chiedere un finanziamento e per gestirlo in tutto il suo iter fino al raggiungimento della realizzazione del progetto);</li> <li>• <b>Incontri</b> (in presenza o attraverso canali telematici per divulgare l'attività svolta e per indurre l'opinione pubblica a realizzare altre attività aventi per scopo l'attivazione dell'inclusione sociale attraverso la realizzazione di altre strutture sociali)</li> </ul>
<p>4. Dati di contesto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Inizio previsto:</b> 19/04/2012;</li> <li>• <b>Inizio effettivo:</b> 19/04/2012;</li> <li>• <b>Fine prevista:</b> 08/05/2012;</li> <li>• <b>Fine effettiva:</b> 17/05/2012;</li> <li>• <b>Costo pubblico:</b> €. 42.859,74;</li> <li>• <b>Pagamenti monitorati:</b> €. 27.980,22 (di cui €. 8.918 in data 16/01/2013 ed €. 19.062,22 in data 03/10/2013)</li> <li>• <b>Finanziatori:</b> Unione Europea (€. 20.985); Fondo di Rotazione – Cofinanziamento nazionale (€. 3.879); Regione (€. 3.116); Comune (€. 14.880).</li> </ul>

<p>5. Descrizione della ricerca di monitoraggio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>CUP:</b> D19B10000550006;</li> <li>• <b>Obiettivi:</b> La ricerca che abbiamo condotto sul monitoraggio civico ha lo scopo di capire la dinamica di un finanziamento pubblico e di acquisire la capacità e l'autonomia necessarie a formulare un progetto che possa effettivamente condurci ad accedere ad altri finanziamenti;</li> <li>• <b>Parole chiave:</b> 1. Capire; 2. Sensibilizzare; 3. Promuovere; 4. Partecipare; 5. Professionalità.</li> </ul>
<p>6. Valore per la comunità</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Impatto sul territorio:</b> Promuovere iniziative di questo tipo in altri contesti della città o in aree limitrofe al fine di incoraggiare il diffondersi di una cultura sportiva finalizzata all'inclusione ed allo sviluppo sociale sia dei fruitori della struttura che dell'intera comunità, come diretta conseguenza.</li> <li>• <b>Effetti e approfondimenti innescati:</b> sensibilizzare l'opinione pubblica locale su come fosse possibile -attraverso una struttura pubblica- sostenere, promuovere e valorizzare socialmente un'area cittadina caratterizzata da un'apprezzabile densità abitativa e dalla totale assenza di strutture sportive.</li> <li>• <b>Categorie di persone interessate:</b> cittadinanza locale, esponenti della politica locale, utenti della struttura.</li> </ul>
<p>7. Ricerche aggiuntive</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Metodo ricerche aggiuntive N.1:</b> Ricerche attraverso Siti Web istituzionali;</li> <li>• <b>Metodo ricerche aggiuntive N.2:</b> Consultazione diretta ed incontri con amministratori locali;</li> <li>• <b>Metodo ricerche aggiuntive N.3:</b> Analisi di documenti correlati.</li> </ul>