**Relazione finale di attività**

**Secondo bando**

**da inviare entro il 03/07/2020**

**INTRODUZIONE**

Gli scopi del documento sono:

- riportare i risultati raggiunti durante l’implementazione del progetto finanziato da Frame, Voice, Report!

- riflettere su quanto appreso nel percorso

La Relazione sarà utilizzata dal COP e dai partner nell’ambito del monitoraggio e per compilare la relazione generale del progetto richiesta dalla Commissione Europea.

Il COP invierà feedback sulla Relazione entro un massimo di 2 mesi dalla ricezione.

Il testo della Relazione (da sezione 1 a sezione 6) **non può superare le 5 pagine di lunghezza** (Arial 10).

Le parti in grigio possono essere cancellate.

La Relazione finale deve essere inviata entro il 03/07/2020 a framevoicereport@ongpiemonte.it e l’originale deve essere allegato alla rendicontazione finanziaria.

|  |  |
| --- | --- |
| Organizzazione |  |
| Titolo del progetto |  |
| Data di inizio del progetto  |  | Data di fine |  |
| Budget totale | € | Budget speso | € |

Data Firma del/la Legale Rappresentante

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| **1. Contributo al raggiungimento dell’impatto di Frame, Voice, Report!**  |

* 1. Spiega il cambiamento più significativo, avvenuto grazie al progetto, che ha contribuito al raggiungimento dell’impatto di Frame, Voice, Report!: “Aumento dell’impegno dei cittadini europei per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile nell’Unione Europea”. Il cambiamento più significativo può essere avvenuto, ad esempio, nell’ambito delle conoscenze, attitudini, comportamenti del gruppo target.

*(massimo 10 righe)*

* 1. In che modo il progetto ha contribuito a questo cambiamento?

|  |
| --- |
| **2. Raggiungimento degli obiettivi** |

* 1. In che misura sono stati raggiunti gli obiettivi (indicati al punto 1.1 del Formulario) del progetto?

*Scegliere tra verde: completamente raggiunto, giallo: parzialmente raggiunto, rosso: non raggiunto - e fornire una spiegazione.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Obiettivi** | **Grado di raggiungimento** | **Spiegazione**  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

 *(aggiungere una riga per ogni obiettivo)*

2.2 Descrivi eventuali risultati non previsti.

2.3 Descrivi eventuali problemi emersi nel corso del progetto e come sono stati affrontati e risolti.

|  |
| --- |
| **3. Output e attività** |

3.1 Indica quante persone sono state raggiunte dal progetto e quante erano previste nella proposta progettuale. Se possibile, disaggrega i dati per genere e/o per età.

*Per la distinzione tra destinatari informati e destinatari attivati fare riferimento alla piramide dell’engagement (livelli 1-2: informati; livelli 3-6: attivati).*

**N.B.** Nella piramide dell’engagement, le visite a siti e a social network rientrano nel livello 1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ***genere*** | ***età*** |
|  | **Numero totale** | **M** | **F** | **altro** | **0 - 15** | **16 - 25** | **26 - 39** | **40 - 59** | **+60** |
| Destinatari informati |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Destinatari attivati |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Area geografica di raggiungimento dei destinatari attivati |  |  |  |
| Destinatari previsti nella proposta di progetto |  |  |  |

3.2 Se possibile, indica anche una stima dei destinatari indiretti (livello 0 della piramide dell’engagement). Spiega in che modo sono stati esposti a informazioni e messaggi legati al progetto.

3.3 Per le attività online indica:

- Numero di post dedicati al progetto

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Facebook | Twitter | Instagram | Youtube | TOTALE |
|  |  |  |  |  |

- Le 3 migliori impression dei post dedicati al progetto (numero e link)

1. *Dato impression – link*
2. *Dato impression – link*
3. *Dato impression – link*

- Se è stato creato un sito dedicato al progetto, numero di visualizzazioni dalla data di creazione del sito al 30 giugno 2020.

*numero di visualizzazioni*

- Se è stato creato un profilo del progetto su un social network, impression dalla data di creazione del profilo al 30 giugno 2020.

*Dato impression del profilo*

3.4 In che modo il progetto ha distinto tra sensibilizzazione (*raising awareness*) e attivazione (*engagement*)? Spiega in che modo l’Organizzazione ha lavorato su entrambe e cosa ha fatto per spingere i destinatari verso l’attivazione.

3.5 Elenca e descrivi brevemente gli output generati nel corso del progetto (materiali di comunicazione, laboratorio educativo, …).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Output | Quantità | Link (ove possibile) | L’output tratta esplicitamente degli SDGs? |
| *Sito web*  | *1* | *www.framevoicereport.it* | *⌧ sì 🞏 no* |
| *Video su giornalismo internazionale*  | *1* | *www.youtube.com/watch?v=VP3yhQTCvjk* | *🞏 sì ⌧ no* |
| *Percorso formativo per organizzazioni della soc. civile* | *1* | --- | *🞏 sì ⌧ no* |
|  |  |  | 🞏 sì 🞏 no |
|  |  |  | 🞏 sì 🞏 no |
|  |  |  | 🞏 sì 🞏 no |

 *(aggiungere una riga per ogni output)*

3.6 Descrivi eventuali attività e collaborazioni che proseguono dopo la fine del progetto.

|  |
| --- |
| **4. Formazione, condivisione e networking** |

4.1 Descrivi la lezione appresa più significativa e le capacità acquisite durante l’implementazione del progetto (ad es. in relazione alla gestione del progetto, all’attivazione dei destinatari, …).

4.2 Fornisci uno o due esempi di cambiamenti significativi avvenuti all’interno dell’Organizzazione in seguito alla partecipazione al ciclo di apprendimento, alla collaborazione con il/la giornalista, al networking con le altre Organizzazioni finanziate.

4.3 Puoi identificare cambiamenti sul modo in cui l’Organizzazione comunica gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile? Se sì, fornisci uno o più esempi.

|  |
| --- |
| **5. Osservazioni aggiuntive (facoltativo)** |

5.1 Se potessi riscrivere/implementare nuovamente il progetto, cosa faresti diversamente?

5.2 Altre osservazioni?

|  |
| --- |
| **6. Feedback al COP e agli altri partner di Frame, Voice, Report! (facoltativo)**  |

6.1 Fornisci commenti e/o suggerimenti su questioni relative ai temi del bando, l’amministrazione, le procedure o qualsiasi altro elemento di Frame, Voice, Report!.

|  |
| --- |
| **7. Attività e prodotti** |

7.1 Inviare tramite wetransfer (o sito simile) i prodotti di comunicazione, materiali promozionali, rassegna stampa, immagini delle attività di diffusione, ecc.

7.2 Elenca le attività svolte.

*Es.*

*1 formazione sulla Teoria del Cambiamento*

*1 formazione su come si costruisce una campagna di comunicazione*

*4 proiezioni del documentario*

*Elaborazione di un percorso formativo rivolto ai giovani*

*5 laboratori con i giovani*

*…*

7.3 Elenca eventi e attività non previsti a inizio progetto e/o modificati nel corso del progetto e/o previsti nel progetto e non implementati con relativa spiegazione.