

SIC2SIC

Ex Ante Monitoring document

31 October 2017

Contents

1. Introduction
2. The monitoring approach
3. Tools for quali-quantitative analysis
4. Output and outcome indicators
5. Internal monitoring and progress assessment of project activities

1. Introduction

The monitoring activity is fundamental to ensure an informative mechanism that allows acting in a timely manner thus optimizing the results of the project.

It will make it possible to produce information systematically with the aim of both confirming the adequacy of the activities undertaken with respect to the objectives, and possibly questioning them by making timely changes. It will also allow measuring the impact of the project with respect to the objectives.

In this perspective, the present document aims to represent the working methodology and tools through which the progress of the project will be monitored, together with the indicators that will be used to measure the results and subsequently the impacts.

2. The monitoring approach

The Sic2Sic project envisages the organization of a continuous monitoring system through periodic analysis and reporting that unfold on three key levels:

- Ex-ante, i.e. before the beginning of the activities, with the aim of providing the baseline from which the progress and results of the project can be monitored;
- In itinere, i.e. at the end of each 12- month period from the beginning of the project, with the aim of providing useful data and reporting that will bring to an assessment of the efficiency and effectiveness of the actions, highlighting any critical issues on which to act to improve the functioning of the entire project;
- Final, i.e. after the conclusion of the project, with the aim of providing useful data and a report on the impact of the project. This analysis will be repeated after 3 years from the closure of the planned activities to verify the effects of the project in the long term.

Within this framework, this ex-ante monitoring is organized by combining:

- The provision of a dashboard to check the progress of project activities;
- The identification of the output and outcome indicators of the project;
- The development of tools for qualitative and quantitative analysis through the activation of a survey platform for Capi, Cati and Cawi surveys, and the activation of an analytics platform for social channels and digital web platforms.

3. Tools for quali-quantitative analysis

The project involves the activation of different monitoring tools useful to collect data for measuring indicators.

First of all, the survey platform was activated at <http://survey.aresduezero.it/>, created with the Open Source GPL limeservice technology. The software system is able to manage the collection of data coming from the compilation of the boards directly administered via the web (Cawi).

The software system adopted is also valid for the administration Capi. It allows managing numerous parameters: from those that make it mandatory (or not) to fill in some sections, to the possibility of indicating a predefined value. The sections can be opened or closed and it will be possible to resort to tree paths, in which the previous compiled sections determine the opening of a field.

The on-line system makes it possible to monitor the progress of the fieldwork in real time, in a subsequent field phase and to generate the tables for counting and consulting the results very quickly.

At the end of the survey, the system after cleaning the contents of the cards and coding activities of any open sections will produce a database in standard format according to Open Data logics. The Data Base can be translated in the following formats: Microsoft Excel, CSV Files, SPSS Format, Format R.

With regard to users who may be involved in the administration of the card, the platform will be set up both for a free access and a controlled compilation mode (accessible only to a panel of subjects that will be selected as a sample of investigation). In this second hypothesis, after acquiring the names and emails of the subjects to interview, the system will send an invitation by providing a specific link to the form, which will be filled in by means of a password communicated automatically with the same message.

With regard to the acquisition of data from social channels and digital web platforms, the working group will make use of the analytics platforms made available by the web/ social channels. They are able to provide in real time the statistics on the reach, accesses, interactions and engagement of the various communication campaigns implemented.

4. Indicators for ex ante evaluation

The monitoring activity will be developed with reference to the following output indicators with a baseline of 0 and taking as a reference point the general objectives of the project:

- Number of total participants in the cycling routes and citizens involved through meetings and distribution of materials during the various stages
- Number of schools, students and teachers involved in the events before the cycling stages with training sessions
- Number of institutional actors of the enlarged governance involved in the stages and events
- Number of economic operators contacted
- Number of economic operators encountered
- Number of newspapers, journalists, bloggers, influencers, activated and involved through the project press office
- Number of visitors to the mobile website
- Number of online social contacts through ADV and Editorial with the public-target

Regarding the impact, the indicators that will be analysed at the end of the project are:

- Number of companies and economic subjects that have benefited from communication, information and awareness raising actions
- Number of citizens, young people and students who have benefited from communication, information and awareness raising actions
- Growth of relations and linkages between subjects that make up the territorial governance during the realization of the project

5. Internal monitoring and progress assessment of project activities

AZIONI	Totale costi diretti personale (€)	Prodotti	Attività/servizi	TEMPISTICA AZIONE		
				da	a	
A1 - Communication Plan	10.000	A.1.1 Communication Plan	sviluppo piano di comunicazione seguendo lo schema proposto dal documento di progetto approvato	set-17	dic-17	
B1 - Connessioni ciclistiche per la promozione e la conservazione della Natura	217.000	B.1.0- Corso di preparazione per il Gruppo Ciclisti di Progetto	corso teorico + corso su strada	mar-18	mar-18	
		B.1.1 - tracce dei percorsi di connessione tra i169 SN2000 selezionati (circa 6000 km);	selezione percorsi	max 30 giorni precedenti a ciascun tour regionale		
			raccolta dati e informazioni sul territorio attraversato al fine di aumentare il livello di conoscenza su paesaggio, habitat, biodiversità e relativa gestione e definizione tracce	set-17	feb-18	
			Tour di 100 tappe, articolate in 80 tappe lunghe (martedì-venerdì) di 70 km e 20 brevi (sabato) di 20 km, facilmente fruibili da un vasto pubblico; tour 1° anno: (Lazio Umbria, Sardegna e Piemonte) - tour 2° anno: Puglia, Friuli venezia Giulia e Sardegna	mar-18	set-19	
			somministrazione questionari agli stakeholders e ai ciclisti	durante le 80 tappe		
			attività di learning by cycling	durante le 20 tappe brevi		
		B.1.2 questionario da somministrare agli stakeholder;	preparazione questionario da somministrare agli stakeholder	set-17	feb-18	
		B.1.3 questionario di monitoraggio da somministrare ai ciclisti;	preparazione questionario da somministrare ai ciclisti	set-17	feb-18	
		B.1.4 schede sulle caratteristiche ambientali dei territori attraversati con le peculiarità dei 169 SN2000 attraversati e punti rilevanti (hot spots) in collaborazione con FIAB;	analisi e sistematizzazione ai fini della comunicazione e disseminazione dei risultati del progetto di tutto il materiale raccolto durante i percorsi	ago-18	feb-18	
		B.1.5 videoregistrazioni dei 100 percorsi ciclistici;	registrazione di tutti gli eventi/tappe del Progetto	mar-18	ott-19	
		B.1.6 Banca dati fotografica georeferenziata dei paesaggi attraversati;	analisi e sistematizzazione ai fini della comunicazione e disseminazione dei risultati del progetto di tutto il materiale raccolto durante i percorsi	mar-18	nov-19	
		B.1.7 sintesi ragionata dei risultati delle interviste ai ciclisti coinvolti negli itinerari ai fini del monitoraggio;	analisi e sistematizzazione ai fini della comunicazione e disseminazione dei risultati del progetto di tutto il materiale raccolto durante i percorsi	lug-18	nov-19	
		B.1.8 sintesi ragionata dei risultati delle interviste agli stakeholder;	analisi e sistematizzazione ai fini della comunicazione e disseminazione dei risultati del progetto di tutto il materiale raccolto durante i percorsi	lug-18	nov-19	
B.1.9 elaborazione dei dati scientifici e pubblicazione per disseminazione informazioni;	analisi e sistematizzazione ai fini della comunicazione e disseminazione dei risultati del progetto di tutto il materiale raccolto durante i percorsi	nei due mesi precedenti ciascun tour				
B.1.10 vademecum per la realizzazione di ciclo vie e vie verdi in collaborazione con FIAB			nov-19			
B2 - Animazione e comunicazione per valorizzare il ciclismo territoriale e le aree naturali	178.000	B.2.1 Elenco principali referenti del sistema associativo (mailing list);	1. Attivazione di un ufficio stampa (US) finalizzato a sensibilizzare ai temi RN2000 e garantire un'adeguata visibilità all'attività ciclistica (azione B1) lungo le 100 tappe previste, sia sugli organi di informazione tradizionali sia sui media on line. Per raggiungere questi obiettivi dovranno essere attivati in modo diretto (o con i relativi staff della comunicazione, se presenti) tutti i contatti possibili con i soggetti e attori dell'informazione e con i soggetti istituzionali, associativi e imprenditoriali, curando i rapporti attraverso una continua azione di colloquio, telefonico o di persona. 2. Durante le tappe saranno inoltre promossi incontri con i decisori locali che saranno organizzati preventivamente e sarà svolta una attività di informazione e coinvolgimento delle scuole e dei sistema. 3. sempre in questa fase, sarà svolta una attività di promozione per coinvolgere i ciclisti ai percorsi di formazione	set-17	dic-17	
		B.2.2 Elenco referenti imprese e soggetti rappresentanza profit;		set-17	dic-17	
		B.2.3 Elenco scuole di ogni grado;		set-17	dic-17	
		B.2.4 Report analisi delle principali testate locali e individuazione giornalisti, blog e influencers (report e mailing list);		set-17	dic-17	
		B.2.5 elenco principali soggetti e attori istituzionali (mailing list);		set-17	dic-17	
		B.2.6 Agenda contatti con referenti istituzionali, associativi, imprenditoriali e altri stakeholders per ogni percorso (almeno 400 interlocutori raggiunti);		ott-17	feb-18	
		B.2.7 numero 60 comunicati stampa per lancio iniziale, lanci di inizio tappa per ciascun percorso e invito alla partecipazione alle giornate di fine percorso di learning by cycling;		mar-08	set-19	
		B.2.8 - raccolta di buone pratiche di green economy;		apr-08	ott-19	
		B.2.9 - guida per lo sviluppo di attività imprenditoriali green oriented			nov-19	

AZIONI	Totale costi diretti personale (€)	Prodotti	Attività/servizi	TEMPISTICA AZIONE	
				da	a
B3 - Comunicazione istituzionale a livello regionale e nazionale: 7 eventi regionali e 1 evento nazionale di lancio	115.700	B.3.1 Elenco dei principali referenti del sistema associativo nazionale (mailing list);	1. Organizzazione di 7 eventi regionali; 2. Organizzazione di 1 evento nazionale; 3. attività di ufficio stampa per la promozione degli eventi; realizzazione prodotti video		dic-17
		B.3.2 Elenco dei referenti di imprese e soggetti rappresentanza profit;		dic-17	
		B.3.3 Elenco principali soggetti e attori istituzionali (mailing list);		dic-17	
		B.3.4 Report analisi delle principali testate locali e individuazione giornalisti, bloggers e influencers (report e mailing list);		dic-17	
		B.3.5 Evento Nazionale;		mar-18	
		B.3.6 Primo Evento Regionale;		apr-18	
		B.3.7 Secondo Evento Regionale;		mag-18	
		B.3.8 Terzo Evento Regionale;		giu-18	
		B.3.9 Quarto Evento Regionale;		lug-18	
		B.3.10 Quinto Evento Regionale;		mag-19	
		B.3.11 Sesto Evento Regionale;		lug-19	
		B.3.12 Registrazione audio video di ciascun evento; Settimo Evento Regionale;		set-19	
		B.3.13 docu-video di ciascun evento		nov-19	
B4 - Comunicazione trasversale ATL e BTL a supporto delle iniziative LIFE Sic2Sic	133.800	B.4.2 Materiale ATL BTL;	1. elaborazione concept creativo (visual-copy); 2. logo dell'iniziativa accompagnato da un pay off; 3. manifesti, roll up, adesivi, volantini, cartelline, carta intestata, gadget-shopper, pannelli personalizzati per foto ufficiali e selfie, adesive di personalizzazione delle biciclette, pannelli informativi del progetto; 4. attivazione di un canale tematico del progetto nella web TV Ispra con una programmazione di servizi brevi e documentari realizzati attraverso il montaggio di tutte le riprese video realizzate durante il progetto; 5. gestione e animazione sito web; 6. attività di animazione e comunicazione social (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram e Periscope), con programmazione continua dei post, al fine di creare una community, coprire eventi, diffondere news sul progetto e gli SN2000. Sono inoltre previsti lo streaming su Periscope delle giornate di critical mass e la pubblicazione dei video e delle immagini sui canali YouTube e Instagram, nonché la pubblicazione di almeno 3 post settimanali sulla pagina dedicata di Facebook e 3 tweet su Twitter; 7. attività advertising social	ott-17	gen-18
		B.4.3 Pagine social;		ott-17	gen-18
		B.4.5 Sito Web mobile		ott-17	gen-18
		B.4.6 Primo video lungo;		ott-17	set-18
		B.4.7 Secondo video lungo		ott-17	set-19
C1 - Verifica dell'impatto	34.000	C.1.1 Report Ex ante;	GLI INDICATORI UTILIZZATI SARANNO QUELLI PROPOSTI SUL PROGETTO APPROVATO. Ciascun report sarà condiviso con tutti i responsabili delle aree operative in una riunione in sede ISPRA. Il confronto nella riunione troverà una sua sintesi in un documento di linee guida per l'attività successiva. L'azione di monitoraggio verrà attuata combinando: -una analisi quantitativa della partecipazione agli eventi ed alle tappe insieme alla lettura dei dati resi disponibili dai servizi di analytics dei canali social, delle piattaforme web e dei rapporti di partecipazione utilizzate nel piano mezzi di comunicazione del progetto; -una analisi qualitativa attraverso lo strumento della survey, in modalità diretta, ma anche Cati e Cawi social verso tutti quelle categorie che vario titolo sono coinvolti dal progetto.		ott-17
		C.1.2 Primo report in itinere (12 mesi);		lug-18	
		C.1.3 Secondo report in itinere (12 mesi);		lug-19	
		C.1.4 Report finale (si ripeterà anche a 3 anni dalla chiusura del progetto)		gen-20	
D1 - Piano di disseminazione del progetto e dei suoi risultati	23.600	D.1.1 Notice Board;	1. Networking con altri progetti Life+; 2 organizzazione evento; 3. Installazione Notice Boards; 4. Animazione social web; Per massimizzare i risultati dell'attività di networking con gli altri progetti life, si prevede una attività su 9 fasi: - mappatura progetti life e analisi della localizzazione, obiettivi e attività; - partecipazione incontri LIFE presso ministero ambiente; - approfondimento dei progetti individuati e prima selezione rispetto alla coerenza geografica tematica; - Selezione finale progetti con cui costruire azioni di sinergia; - analisi e condivisione delle aree di sinergia e delle modalità di attuazione; - coinvolgimento responsabili progetti life selezionati nelle occasioni pubbliche (eventi) per presentare le modalità con cui sarà realizzato il processo di sinergia.; - attuazione azioni di sinergia programmate; - presentazione risultati in occasione dell'evento finale; - Inserimento nel sito internet ufficiale		mag-18
		D.1.2 Layman's Report;		gen-20	
		D.1.3 Vademecum per la realizzazione di ciclo vie verdi		nov-19	
		D.1.4 Guida per lo sviluppo di attività imprenditoriali green oriented		nov-19	
		Evento pubblico finale		feb-20	

AZIONI	Totale costi diretti personale (€)	Prodotti	Attività/servizi	TEMPISTICA AZIONE	
				da	a
E1 - Gestione progetto	117.000	E.1.1 Piano Esecutivo di progetto;	La segreteria amministrativa ed organizzativa si occuperà di garantire precisione e puntualità nella gestione amministrativa, organizzativa e contabile del progetto. Sarà ad esempio responsabile di quanto previsto nell' art. II.1.3 del Grant Agreement. External Audit: Un revisore dei conti produrrà un rapporto sulle verifiche effettuate sulla base del format dell'Audit report pubblicato sul sito del programma LIFE.		ott-17
		E.1.2 Independent Audit Report			apr-20