

## ALLEGATO D - SCHEDA DI AUTOVALUTAZIONE

DIMENSIONE ANALITICA 1	
CRITERI	Autovalutazione: Valore o Descrizione
1) Numero di associazioni di categoria	
2) Numero di associazioni culturali, ambientaliste e dei consumatori	
3) Numero di associazioni di promozione sociale e di contrasto alle discriminazioni	
4) Altri attori	
DIMENSIONE ANALITICA 2	
CRITERI	Autovalutazione: Valore e/o Descrizione
5) Estensione dell'area che si intende aggregare in cui si attua la SSL (% dei territori Comunali aggregati rispetto all'area omogenea di riferimento)	
6) Incidenza % dei territori aggregati, per l'attuazione della SSL, ricadenti in aree D	
7) Estensione del territorio appartenente alla strategia "aree interne" ricompresa nell'area che si intende aggregare (incidenza % rispetto all'area che si intende aggregare)	
8) Presenza di aree naturali e paesaggistiche (siti Natura 2000, parchi regionali e nazionali): incidenza % su superficie del territorio selezionato	
9) Variazione % della popolazione dal 2001 al 2011	
10) Variazione % delle imprese iscritte alla CCIAA dal 2001 al 2011	
11) Tasso di disoccupazione generale del 2011	
DIMENSIONE ANALITICA 3	
CRITERI	Autovalutazione: Valore e/o Descrizione
12) Grado di completezza dell'analisi territoriale	
13) Grado di accuratezza dell'analisi SWOT coerente con l'analisi territoriale	
14) Grado di completezza nella identificazione dei fabbisogni in coerenza con l'analisi SWOT	
DIMENSIONE ANALITICA 4	
CRITERI	Autovalutazione: Valore e/o Descrizione
15) Coerenza degli obiettivi con i fabbisogni individuati e loro gerarchia	
16) Coerenza degli ambiti tematici	

con gli obiettivi	
17) Grado di integrazione, di innovazione e di multisettorialità della SSL	
18) Grado di esplicitazione del valore aggiunto della SSL inteso come capacità di integrazione e collaborazione tra gli operatori locali	
19) Grado di coerenza tra la composizione del partenariato e gli ambiti tematici selezionati	
20) Propensione alle iniziative di cooperazione interterritoriale e transnazionale coerenti con gli obiettivi della SSL	
21) Coerenza dei target misurabili per ciascun ambito tematico selezionato	
<b>DIMENSIONE ANALITICA 5</b>	
<b>CRITERI</b>	<b>Autovalutazione: Valore e/o Descrizione</b>
22) Adeguatezza del numero di incontri di coinvolgimento e di partecipanti della comunità locale per la costruzione della SSL	
23) Adeguatezza del numero di partecipanti della comunità locale per la costruzione della SSL	
24) Grado di completezza delle categorie di attori locali coinvolti negli incontri	
25) Attivazione di concorso di idee, manifestazione di interesse o attività di co-progettazione	
26) Grado di pubblicità delle iniziative di coinvolgimento della comunità locale	
<b>DIMENSIONE ANALITICA 6</b>	
<b>CRITERI</b>	<b>Autovalutazione: Valore e/o Descrizione</b>
27) Grado di coerenza tra le azioni e i fabbisogni individuati nella strategia	
28) Grado di concentrazione delle azioni per ambiti tematici	
29) Presenza di progetti di cooperazione	
30) Presenza di azioni di innovazione (prodotto, processo, innovazione sociale e/o dei servizi alla popolazione)	
31) Presenza di azioni di inclusione sociale	
32) Presenza di azioni di valorizzazione del territorio	
33) Presenza di azioni a favore dell'occupazione	
34) Grado di completezza degli	

indicatori target per azione	
35) Grado di congruità dei tempi di realizzazione delle azioni	
<b>DIMENSIONE ANALITICA 7</b>	
<b>CRITERI</b>	<b>Autovalutazione: Valore e/o Descrizione</b>
36) Grado di coerenza fra l'esperienza e le competenze dei partner associati al GAL	
37) Grado di completezza della struttura tecnico-amministrativa	
38) Qualità della direzione e della struttura tecnico-amministrativa basata su idonea professionalità	
39) Adeguata presenza di procedure interne e di dotazione tecnico-informatiche per la gestione e sorveglianza	
40) Adeguate modalità di valutazione e autovalutazione	
41) Procedure di contrasto ai conflitti di interesse	
42) Grado di identificazione dei risultati realisticamente conseguibili e misurabili	
<b>DIMENSIONE ANALITICA 8</b>	
<b>CRITERI</b>	<b>Autovalutazione: Valore e/o Descrizione</b>
43) Incidenza della spesa per azioni di innovazione (prodotto, processo, innovazione sociale e/o dei servizi alla popolazione)	
44) Incidenza della spesa per azioni a favore di fasce deboli e svantaggiate	
45) Incidenza della spesa per presenza di azioni di valorizzazione del territorio	
46) Incidenza della spesa per rafforzamento dei servizi di base	
47) Incidenza della spesa privata sulla spesa pubblica	
48) Grado di coerenza del piano di comunicazione con le SSL	
<b>DIMENSIONE ANALITICA 9</b>	
<b>CRITERI</b>	<b>Autovalutazione: Valore e/o Descrizione</b>
49) Grado di completezza dei principi dei criteri di selezione dei progetti	
50) Grado di coerenza dei principi dei criteri di selezione dei progetti rispetto alla SSL	