

Codice	Definizione	Descrizione
<b>A</b> <b>A - Contesto</b>		L'analisi della relazione tra il GAL e i propri portatori di interesse è centrale nella valutazione del capitale sociale. In particolare la scelta da parte di un soggetto pubblico/privato di aderire o di continuare nella propria partecipazione al GAL è legata sia alla condivisione di una strategia di sviluppo locale ma anche alla valutazione del potenziale accesso a beni di natura relazionale (nuove conoscenze, nuove relazioni, nuove informazioni, ecc.) che il GAL può mettere a disposizione.
<b>B</b> <b>B - Attori del network</b>		I GAL sono strutture di mediazione tra individui, gruppi sociali, organizzazioni e istituzioni, dotati della capacità di influenzare l'azione socio-economica, ambientale e istituzionale di un determinato territorio. Appare importante comprendere come il network si struttura, qual è la sua dimensione, quali sono gli attori che lo compongono, qual è la densità delle relazioni tra gli attori, come avvengono i processi decisionali nel network, come sono distribuite le responsabilità e quali sono i diversi ruoli degli attori.
<b>C</b> <b>C - Struttura orizzontale del network</b>		Il GAL è un network orizzontale particolare, in quanto ad esso partecipano sia soggetti pubblici che privati (profit e non profit). In quanto tale, il GAL è un network ibrido ovvero il socio pubblico si pone allo stesso livello di quello privato per proporre, attuare e raggiungere una comune strategia di sviluppo locale. Il GAL è inoltre un network dove sia i legami formali che informali tra gli attori svolgono un ruolo rilevante per la definizione e attuazione delle comuni strategie di sviluppo.
<b>D</b> <b>D - Trasparenza e accountability</b>		La diffusione delle informazioni su finanziamenti, progetti, iniziative delle più diverse tipologie è una delle principali funzioni del GAL. Appare quindi di particolare importanza valutare la percezione dei soci e dei beneficiari del GAL sulla trasparenza nelle procedure e delle modalità operative proprie dell'organizzazione, verificare come il flusso informativo sia organizzato, valutare se l'organizzazione abbia le capacità d'internalizzare le osservazioni dei diversi portatori di interesse, nonché analizzare la strutturazione del sistema di comunicazione verso l'esterno.
<b>E</b> <b>E - Potere reputazionale</b>		Per potere reputazionale si intende l'abilità da parte di certi attori del network di influenzare, attraverso il proprio comportamento, l'azione di altri soggetti o di sapere mobilitare risorse. Si sostiene anche che il potere reputazione nasce da un insieme di percezioni che gli altri attori hanno in merito ad un specifico soggetto o organizzazione. Il potere reputazionale viene valutato sulla base delle percezioni dei soci e dei beneficiari del GAL.