

---

# E-MANUAL

---

## CAPITOLO 2 METODOLOGIE E STRUMENTI PER LA CREAZIONE DI UN PROGETTO EUROPEO

### 2.1 GLI ELEMENTI BASE DELLA PROGETTAZIONE

Il progetto **nasce da un'idea** che trova base e fondamento **da un bisogno specifico** che si vuole risolvere. Scrivere un progetto significa focalizzare e organizzare l'idea negli elementi della progettazione: analisi del contesto, focalizzazione delle azioni, analisi della fattibilità e sostenibilità.

È importante sapere che l'idea deve, comunque, essere **coerente con le strategie e le priorità politiche date dalla Commissione europea**. Pertanto, è assolutamente indispensabile conoscere:

- libri bianchi, Action plans, documenti politici rilevanti sulle strategie europee in materia
- il programma di finanziamento pluriennale
- il testo della call for proposal di riferimento e tutti i documenti citati nel documento della call
- altri progetti già finanziati nell'ambito tematico e specificatamente in quella call di riferimento

Nel passaggio (creativo) dall'idea al progetto (strutturato), i nostri partner di consorzio sono e saranno i nostri co-ideatori e co-progettisti.

## IL CONSORZIO

Il **Consorzio** è formato dai **partner che partecipano all'ideazione e realizzazione del progetto**. Le tipologie di partner possono essere diverse, possiamo avere *partner beneficiari diretti*, oppure *partner associati* (che partecipano al progetto supportando alcune attività senza ricevere nessun tipo di finanziamento, ma beneficiando dei risultati), terze parti e stakeholders. Nel progetto verrà indicato con chiarezza il ruolo di ciascun partner, contributo richiesto e tipologia di partecipazione.

## BILANCIAMENTO PAESI PARTECIPANTI



Nel considerare il contesto di realizzazione del progetto, ovvero dove fisicamente verrà realizzato, l'ambito geografico e tematico, lo scenario e il contesto socioeconomico di riferimento, bisogna prestare attenzione a un **adeguato bilanciamento dei Paesi partecipanti** e delle rispettive aree (i.e., Nord Europa, Centro Europa, etc.), in particolare se richiesto dal bando specifico.

## IL BISOGNO

Nella spiegazione del bisogno che il progetto intende soddisfare, **è importante riportare a supporto dati, cifre e studi appropriati** (citando le fonti) a supporto di quanto descritto, o buone prassi attivate, ecc.

## ANALISI DEI PROGETTI EUROPEI GIÀ FINANZIATI

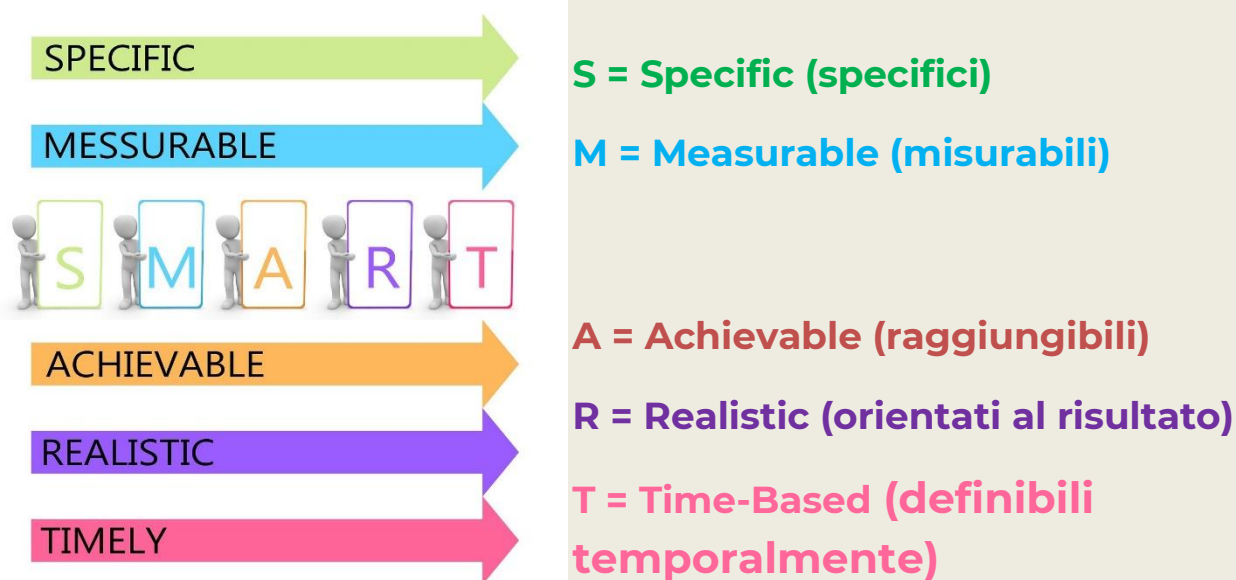
L'analisi dei progetti europei già finanziati è indispensabile per la presentazione di un progetto europeo vincente.

Questa analisi preliminare permette di **individuare progetti simili già realizzati al fine di evitare duplicazioni** di progetti; **trovare proposte che potrebbero essere integrate con la soluzione da proporre** per renderla effettivamente vincente; **trovare potenziali partner**. *L'analisi verrà effettuata tramite la ricerca nei database dei progetti finanziati, a seconda del programma di riferimento.*

## PREDISPOSIZIONE DELLA MATRICE PROGETTUALE

Con il termine “progetto” si identifica il complesso di attività correlate tra loro che partendo da uno scenario portano al conseguimento di un risultato (rispetto a degli obiettivi) in un determinato tempo e con determinate risorse e costi. Inizialmente è importante preparare una **matrice progettuale** al fine di individuare: **obiettivo generale** (risponde al bisogno che si vuole soddisfare ed è allineato con le politiche/strategie europee), **obiettivi specifici** (che si rifanno alle priorità della call), **risultati attesi**, **strumenti di verifica**, **tempi di realizzazione** (sempre rispettando le indicazioni date dalla call), **risorse economiche e/o umane definite** (rispettando le possibilità di spesa della call), **attività da realizzare** (allineate con gli obiettivi specifici da raggiungere e che a volte vengono “suggerite” dalla call), **metodologia** (è importante fare riferimento a dei modelli “riconosciuti-validati”), **valutazione intermedia e finale** (interna: monitoraggio delle attività e verifica del raggiungimento degli obiettivi; esterna: valutazione del processo progettuale e verifica dell’impatto nel contesto di riferimento), **comunicazione e disseminazione** (i mezzi di comunicazione attuali ci permettono di poter essere davvero efficaci nel costruire un piano di comunicazione: siti web, newsletter, social network, video, ecc.), **management** (dimostrare le capacità di leadership del coordinatore e le esperienze pregresse), capacità di attivare un forte coordinamento “condiviso” con i partner progettuali (Coordination board). Per costruire parte di questa matrice è possibile utilizzare alcuni strumenti come il “Quadro Logico”.

**Per la definizione strategica degli obiettivi specifici si consiglia l’utilizzo del metodo S.M.A.R.T.**, un metodo di gestione aziendale MBO (Management by Objectives). Con questo metodo si definiscono gli obiettivi specifici e poi di conseguenza vengono indicate le attività necessarie per il raggiungimento degli stessi. Per stabilire se gli obiettivi sono validi, sono stati definiti 5 criteri, che corrispondono all’acronimo S.M.A.R.T.



È fondamentale che **gli obiettivi siano coerenti con l'analisi che è stata svolta rispetto al problema od esigenza individuata, ma anche in linea con i risultati che ci attendiamo di raggiungere**. Gli obiettivi sono una importante garanzia nelle fasi di sviluppo e monitoraggio oltre che nella fase di valutazione. Ovviamente, gli obiettivi, se troppo generici, non permettono una reale gestione e realizzazione del progetto.

## IMPLEMENTAZIONE DEL PROGETTO

**Come verrà realizzato il progetto rappresenta la metodologia che si intende utilizzare, cosa si intende realizzare è la sua traduzione in attività, azioni e tempi.** Il come/cosa deve essere quanto più dettagliato possibile.

È fondamentale descrivere specificatamente l'azione: il chi fa cosa quando e come, definendo il **Piano di Lavoro**. In questo modo, siamo in grado di definire anche i ruoli specifici di ciascun soggetto coinvolto. Attraverso un chiaro piano di lavoro, siamo in grado di far emergere: metodologie innovative, la scientificità delle nostre proposte, il vero valore aggiunto strategico nella costruzione del partenariato europeo, ecc.

## RISULTATI E DISSEMINAZIONE DEGLI STESSI

### **I risultati attesi non vanno mai sottovalutati:**

testimonianze, raccolte filmate o fotografiche, report, documenti scritti, ecc., sono, sempre, estremamente importanti in quanto elementi fondamentali per ottenere una buona trasferibilità (ovvero la capacità di attuazione del medesimo progetto da parte di altri soggetti in contesti simili). Per questo, si consiglia di rendere informatizzato e accessibile tutto il materiale prodotto. Inoltre, nel contesto europeo è sempre fondamentale prevedere la traduzione in più lingue, per una efficace disseminazione nei vari paesi partner. La lingua inglese, di per sé, permette già una distribuzione a tutti gli stati membri (essendo una delle lingue ufficiali).



È fondamentale programmare in fase di progettazione un **chiaro e specifico “communication, dissemination and exploitation plan”** (per la promozione del progetto e la disseminazione dei risultati-prodotti).

La disseminazione deve essere effettuata verso il maggior numero di possibili utenti, non solo quindi verso la Commissione europea o chi ha finanziato il progetto, ma anche verso altre organizzazioni che possono essere interessate a quanto fatto durante il progetto, ad altri operatori, fino ad arrivare a un pubblico più ampio come i cittadini europei.

Di seguito alcuni suggerimenti dell’Agenzia esecutiva europea per la ricerca per comunicare un progetto finanziato in modo efficace:

1) **Definizione del pubblico:** è importante sempre definire in modo chiaro il pubblico di riferimento ovvero chi si vuole raggiungere. È importante anche quantificare il numero di persone che si intende raggiungere, inserendo appunto degli indicatori, e differenziare le modalità di comunicazione a seconda del target di riferimento.

2) **Preparare con cura i messaggi per raccontare una storia avvincente,** in modo da veicolare una comunicazione chiara ed efficace. Tali messaggi saranno poi adattati e targettizzati a seconda dei gruppi di riferimento.

3) **Costruire un piano di comunicazione per dettagliare le attività di sensibilizzazione.**

Il piano di comunicazione deve essere fatto all'inizio del progetto e poi rivisto durante lo sviluppo dello stesso. Nel piano di comunicazione verranno inserite le modalità e le tempistiche per la sua implementazione.

4) **Utilizzare i canali di comunicazione appropriati** (web, social e media press), a seconda del tipo di comunicazione che si intende veicolare e dei target di riferimento.

5) **Sviluppare una rete di stakeholder rilevanti ospitando eventi e riunioni di esperti.**

Gli eventi di progetto sono un'occasione per far conoscere i risultati raggiunti e creare nuove forme di collaborazione per future azioni sinergiche.

6) **Valutare l'impatto delle attività di comunicazione**, inserendo sempre degli indicatori chiari e quantificabili per il monitoraggio delle attività svolte e dei risultati raggiunti (ad esempio, numero di visualizzazioni e di interazioni di un post web, numero di visite al sito web, numero di partecipanti ad un evento).

7) **La comunicazione è la chiave e bisogna sempre includere i loghi di riferimento dell'UE in tutti i materiali prodotti.** Quando si ottiene un finanziamento europeo è importante inserire il riferimento ai fondi ottenuti, in modo da dare visibilità a tutti i cittadini dell'impiego e dell'opportunità degli stessi.

Si può consultare la pagina ufficiale al seguente [LINK](#)

## IL BUDGET



È fondamentale **verificare la fattibilità e sostenibilità economica del progetto**. Generalmente, in allegato alla call (o internamente ad essa) sono inserite le regole di predisposizione del budget (costi ammissibili, massimali, ecc.) e le indicazioni della modalità di erogazione del finanziamento.