
E-MANUAL

CAPITOLO 3 COME GESTIRE IN MODO EFFICACE ED EFFICIENTE UN PROGETTO EUROPEO

3.7 DISSEMINAZIONE DEI RISULTATI

La comunicazione esterna e la disseminazione dei risultati sono fattori determinanti per il successo di un progetto, un mezzo per promuovere la partecipazione dei target group prescelti e informare l'opinione pubblica in merito alle attività e al valore dei finanziamenti europei in generale.

A un altro livello, un buon progetto dovrebbe definire una strategia per sfruttare i risultati raggiunti e in tal modo il vantaggio dello slancio generato (exploitation), in modo da creare una base per l'utilizzo dei risultati post-progetto e dei relativi benefici.

PIANO DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE DEI RISULTATI

È importante sviluppare un Piano di comunicazione e disseminazione, cioè uno strumento di riferimento per decidere come comunicare e divulgare le informazioni relative alle attività del progetto e ai risultati ottenuti. Il Piano di comunicazione e disseminazione generalmente deve essere pronto entro i primi 6 mesi dall'inizio del progetto e verrà aggiornato durante lo stesso.

Attività da realizzare:
Definire un'immagine o visual identity del progetto (logo, linea redazionale)
Creare un sito web
Pubblicare materiale promozionale (dépliant, brochure)
Pubblicare regolarmente una newsletter
Organizzare un programma di workshop, seminari ed eventi
Coltivare rapporti con i media (articoli, comunicati stampa)
Definire le risorse umane (esperti interni o esterni, agenzie di comunicazione)
Definire il budget per la comunicazione
Definire i criteri di valutazione per il Piano di comunicazione e disseminazione

La comunicazione e la disseminazione sono elementi chiave del progetto; quindi, è importante **destinare tempo e risorse finanziarie** sufficienti allo scopo (e in particolare il Coordinatore dovrà cercare di avvalersi di esperti della comunicazione, prevedendo risorse finanziarie per l'ingaggio di figure esterne - agenzie specializzate, giornalisti ecc.- o lavorando con strutture interne -uffici stampa-).

La **comunicazione** include attività di informazione e promozione per aumentare la visibilità del progetto e quindi si rivolge ad un target più generico (ad esempio,

l'opinione pubblica, i media). La **disseminazione** fa riferimento al trasferimento dei risultati per favorirne uno sfruttamento (anche di tipo economico), in una prospettiva di utilizzo pratico (il target di riferimento sarà composto da soggetti specializzati in un determinato settore, come la comunità scientifica, oppure i policy makers).

I partner devono essere coinvolti nella **stesura del Piano di comunicazione e disseminazione**, il quale sarà sottoposto all'approvazione del Comitato Direttivo. La comunicazione deve essere attiva oltre che informativa, pertanto è importante raggiungere attivamente i destinatari della comunicazione, senza trascurare nessun tipo di media adatto a raggiungere i vostri target group (media interni alle organizzazioni partner, quotidiani locali e nazionali, riviste, stampa specialistica, TV, radio ecc.).

Nelle **relazioni coi media** è importante presentare le news in modo accattivante, evitando tecnicismi e favorendo lo story telling, accompagnando il tutto con la documentazione necessaria (inchieste, dati, cartelline stampa, foto).

I **siti web** vanno utilizzati in modo più innovativo, come strumenti interattivi per coinvolgere partecipanti e beneficiari esterni, piuttosto che come strumenti statici o forum di comunicazione nell'ambito della partnership. Per favorire una certa continuità, i siti web creati dovrebbero rimanere disponibili per un minimo di due anni dalla fine del progetto.

Saranno previste attività come **la verifica continua di eventi e conferenze rilevanti a cui partecipare** per presentare i risultati del progetto e il supporto nella preparazione di pubblicazioni su riviste pertinenti. Gli strumenti di comunicazione, con presentazioni generali, schede informative e modelli, sono preparati all'inizio del progetto e condivisi con tutti i partner

EXPLOITATION

L'exploitation fa riferimento allo sfruttamento di un risultato in termini sostenibili ed economici; pertanto, è importante realizzare un piano di analisi sul miglior modo di gestire gli IPR, sul modello di business da adottare o su quali partner potranno continuare a portare avanti il progetto una volta terminato.

Ogni progetto (in relazione alla sua durata e alle ambizioni che si pone) produce risultati ed effetti nel tempo. Non si presume che tali risultati rimangano, ma che siano trasferiti così da ottenere effetti su larga scala. I risultati innovativi e realmente utili (per esempio approcci pionieristici caratterizzati da efficienza

intrinseca o che integrano in modo unico prospettive diverse) devono poter essere riprodotti in altri contesti e il modo migliore per farlo è vederli inseriti e diffusi su larga scala attraverso le scelte politiche future.

È importante concepire il progetto con lungimiranza cosicché i risultati ottenuti possano essere facilmente integrati nella pianificazione territoriale di ognuna delle amministrazioni coinvolte. Per fare questo, è necessario coinvolgere direttamente i responsabili delle scelte politiche, in qualità di partner o di osservatori informati. È fondamentale stabilire quali siano i target group e gli attori esterni da coinvolgere, oltre che cercare di riprodurre i risultati ed effetti su scala più ampia (altre regioni dell'UE o paesi terzi) e il modo migliore per diffonderli (network ecc.).

PIANO DI SOSTENIBILITÀ

Il completamento di un progetto dovrebbe gettare le basi potenziali per le attività di follow-up, durante le quali gli attori partecipanti (e/o altri) possono continuare il lavoro costruendo sulle fondamenta che sono state gettate. Questo può portare allo sviluppo di un nuovo progetto (possibilmente una prosecuzione del precedente) o alla formazione di una struttura permanente che formalizzi gli aspetti pionieristici dell'iniziativa esistente, permettendo così al progetto di "camminare con le proprie gambe" una volta che il sostegno finanziario dell'UE venga meno. Se per fare questo è possibile reperire risorse finanziarie da soggetti terzi (per esempio dal settore privato), l'auto-sufficienza dei futuri sviluppi è assicurata.

IPR: PROPRIETÀ DEI RISULTATI

La proprietà intellettuale ha un ruolo fondamentale lungo l'intero ciclo di vita dei progetti e una corretta gestione della stessa consente un efficace sfruttamento dei risultati di ricerca. È importante **definire lo stato dell'arte** di partenza del progetto, la proprietà intellettuale utilizzata da ciascun partner per le attività da svolgere, la proprietà intellettuale del risultato finale ottenuto e la sua relativa condivisione. **L'accesso generale** e la **proprietà pubblica dei risultati** e dei materiali generati dal progetto dovranno essere sempre garantiti laddove possibile. L'approccio collaborativo e la condivisione sistematica dei risultati sono alla base dell'approccio open science, pertanto il Consorzio si impegnerà, ove possibile, a rendere accessibili i risultati pubblicamente, garantendo accesso

aperto alle pubblicazioni scientifiche, rispettando allo stesso tempo la protezione della proprietà intellettuale, gli obblighi di riservatezza e gli obblighi di protezione dei dati personali. Per garantire una gestione ottimale della proprietà intellettuale, il Consorzio stipulerà un accordo interno (Consortium Agreement), in concomitanza con il Grant Agreement, per definire quali risultati rendere pubblicamente accessibili o quali limitare secondo determinate condizioni.

SINERGIE CON ALTRI PROGETTI

La creazione di reti e gruppi formalizzati tra progetti in via di implementazione relativi a uno stesso ambito è utile per evitare casi di duplicazione e realizzare utili sinergie (in particolare tra programmi e temi comuni o tra aree geografiche non direttamente collegate dai programmi stessi). **La costituzione di reti di networking tra partenariati, oltre ad essere un punto di forza nella valutazione del progetto**, può essere anche vincente per quanto riguarda il raggiungimento degli obiettivi specifici, nonché di una maggiore disseminazione e comunicazione dei risultati.