

WEBINAR INTERREG ITALIA-FRANCIA MARITTIMO 2014-2020

“COMUNICARE INSIEME, COMUNICARE MEGLIO”

Report & Follow-up

6 LUGLIO 2021

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée



1) SINTESI DELLO SVOLGIMENTO DEL WEBINAR

Il primo webinar dedicato alla comunicazione del Programma Marittimo si è svolto il 6 luglio 2021. Il webinar, dal titolo “Comunicare insieme, comunicare meglio” aveva l’obiettivo di analizzare punti di forza e criticità delle attività di comunicazione del Programma e dei progetti, sia a livello di comunicazione interna (Programma-progetti ma anche tra progetti) sia a livello di comunicazione esterna. Questo, al fine di lanciare la proposta di creazione di un network dei comunicatori del Marittimo sulla base anche di altre buone pratiche di “reti” multi-stakeholder esistenti a livello europeo. E’ importante sottolineare che l’attività di comunicazione è legata intrinsecamente a quella di capitalizzazione ed è per questo che il webinar è stato anche l’occasione per presentare la campagna di comunicazione delle buone pratiche dei progetti finanziati dal programma 2014-2020, frutto di un intenso lavoro di capitalizzazione che ha coinvolto AG e SC.

Il webinar ha visto un’ottima partecipazione, con circa 80 persone connesse, per la maggior parte rappresentanti dei vari partner dei progetti. I progetti rappresentati, per lo più dai relativi referenti di comunicazione o capofila, sono stati complessivamente 57, un numero che si può giudicare soddisfacente se si considera il fatto che molti progetti sono ormai conclusi e che alcuni referenti si occupano di più di un progetto.

La prima parte dell’incontro ha avuto un tono più istituzionale, con gli interventi di Germana di Falco (per l’Agenzia per la Coesione Territoriale) e Jean-Luc Frès (per l’Agence Nationale de la Cohésion des Territoires). I due relatori hanno presentato le prospettive degli stati membri su capitalizzazione e comunicazione dei programmi Interreg, partendo da un’evidenza ormai constatata che è quella della difficoltà di uscire dalla “bolla Interreg”, ossia quella cerchia di esperti e addetti ai lavori dei programmi e progetti Interreg all’interno della quale si comunica ma dalla quale non si riesce ad uscire soprattutto per farsi comprendere dall’esterno. Il lavoro sulla capitalizzazione è intenso da parte di entrambe le agenzie nazionali, che lavorano inoltre in stretta collaborazione con Interact, e potrà sostenere il lavoro del Programma su queste tematiche. Si è evidenziata la necessità di concentrare il lavoro sull’identificazione delle *best practices* e sulla necessità di individuare criteri comuni per identificarle, per poi focalizzarsi sulla disseminazione e l’exploitation di questi risultati, con il fine ultimo di permettere loro di avere un vero e proprio impatto sulla società, per essere riutilizzati e per evitare duplicazioni e quindi sprechi.

Le riflessioni presentate e discusse in occasione di questo webinar sono partite proprio da qui, ponendosi come problema quello della difficile “comunicabilità” dei progetti e dalla proposta, come primo step per un miglior lavoro di capitalizzazione e comunicazione, di creazione di una rete stabile di “comunicatori” del Marittimo. Per meglio esplorare le potenzialità dello strumento della rete si è partiti da una prima analisi delle problematiche riscontrate dai progetti in particolare nelle attività di comunicazione per poi passare ad un confronto con i progettisti sulle possibili utilità e attività delle rete (v. sotto).

Interessante è stato anche il contributo di Ivano Magazzù, per Interact, che ha altresì sottolineato l’importanza del “contatto diretto” dei progetti con i territori e con i beneficiari finali delle loro attività, perché sono proprio loro il punto di contatto con i cittadini. Anche per questo la creazione di network strategici, ma soprattutto tematici possono essere davvero efficaci.



Dopo questi interventi, le referenti di comunicazione del Segretariato Congiunto hanno presentato i punti chiave delle attività di comunicazione e capitalizzazione su cui il Programma sta attualmente concentrando i suoi sforzi:

- Il catalogo delle buone pratiche
- La campagna di comunicazione sui risultati
- La proposta di strategia del network dei comunicatori

Queste brevi presentazioni si sono alternate con scambi con i partecipanti, sia attraverso interventi diretti, sia attraverso poll online attraverso l'utilizzo della piattaforma Slido. I risultati preliminari di questa parte del webinar sono riassunti nel prossimo paragrafo.

2) SINTESI DEI SONDAGGI E DELLA DISCUSSIONE

2.1. Riepilogo e rielaborazione delle risposte dei sondaggi online

Durante il webinar, sono stati proposti dei brevi sondaggi online, sia per raccogliere alcune informazioni utili, sia per stimolare la discussione.

Prima di iniziare le presentazioni a cura del Segretariato e relative alle attività sulle quali coinvolgere i progetti, è stata proposta una domanda ice-breaking:

- **come valuti le attività di comunicazione e capitalizzazione del Marittimo (da 0 a 5)**
 - 7% : 2
 - 57% : 3
 - 27% : 4
 - 9% : 5

Seppur molto generale, la domanda ha presentato una situazione (attesa) di giudizio medio/buono sulle attività di comunicazione del Programma. Data l'anonimato delle risposte, si può supporre che il giudizio sia abbastanza veritiero. Il 57% dei partecipanti (quindi una netta maggioranza) giudica le attività di comunicazione del Programma con un 3 su 5 (buone), il 27% con un 4 su 5 (molto buone), il 9% con un 5 su 5 (ottime) e un 7% con 2 su 5 (mediocri). Si può ragionevolmente pensare che le attività di comunicazione del programma siano quantomeno conosciute e recepite dalla maggioranza dei partecipanti, che rappresentano comunque un ottimo campione.

- **Quali sono le principali difficoltà che hai riscontrato relativamente alla gestione delle attività di comunicazione del tuo progetto?**

Questa domanda è stata posta nel form di iscrizione e ci ha permesso di strutturare meglio alcune parti del webinar, dedicando anche un breve momento a un riassunto delle principali regole di comunicazione. Tuttavia, al di là degli obblighi e del rispetto delle regole di informazione e comunicazione del Programma, che senza sorpresa risultano sempre un terreno di difficoltà per i progetti, il problema maggiore sembra essere proprio quello di riuscire a comunicare all'esterno le attività e i risultati del progetto, coinvolgendo un pubblico più ampio e suscitando l'interesse dei cittadini. Un altro interessante elemento sorto, è quello legato alla comunicazione "intra-



partenariato”: spesso infatti i progetti rilevano difficoltà ad attuare un’efficace comunicazione interna e ad individuare partner sufficientemente competenti per le attività di comunicazione. Nella tabella che segue si propone una sintesi tramite aggregazione delle principali suggestione pervenute, insieme a un primo tentativo di risposta.

RIELABORAZIONE RISPOSTE (tramite aggregazione di risposte simili)	COMMENTO/PROPOSTA
<p>Rispetto delle regole di sviluppo e applicazione del logo, anche in riferimento agli utilizzi dei vari formati del logo (integrato, solo programma, solo progetto) e utilizzo di altri loghi</p>	<p>La regola generale vuole che il logo Interreg, con emblema UE e riferimento al FESR debba comparire su ogni materiale di comunicazione e informazione prodotto dal Programma e dai progetti. I progetti sviluppano un proprio logo seguendo le regole del manuale (http://interreg-maritime.eu/it/comunicazione) e devono di conseguenza, laddove possibile, utilizzare questo "logo integrato". Eccezioni sono previste per materiali di piccole dimensioni, per cui si può usare solo il logo di programma e anche, eventualmente in version "light" (senza FESR) . Sarebbe meglio non riportare altri loghi oltre a quello di programma/integrato ed eventualmente la striscia loghi delle regioni partner (se possibile in basso). Tuttavia, i loghi dei partner di progetto o di altri enti esterni si possono usare fermo restando che: i) non devono occupare posizione e spazi preminenti rispetto al logo di Programma/integrato ii) si dovrebbe sempre esplicitare la ragione per cui si aggiunge un determinato logo a quello di Programma (dato che è il programma che finanzia, può creare confusione)</p>
<p>Partecipazione di tutti i partner alle attività di comunicazione e conseguente difficoltà per i partner o i soggetti esterni incaricati delle attività di comunicazione a reperire contenuti specifici sui progetti adatti alle attività di comunicazione</p>	<p>Questo sembra essere un problema rilevato da molti, per cui sarà necessaria una riflessione più approfondita anche in seno all'AG</p>
<p>Riuscire a far applicare a tutti i partner, qualora sviluppino materiali di comunicazione, le regole del manuale di immagine coordinata</p>	<p>Per questo suggeriamo alcune ipotesi: a) sviluppare un'immagine coordinata con le varie applicazioni del logo integrato che, una volta approvato da SC, può essere inviato a ciascun partner che deve necessariamente farvi riferimento; b) il partner incaricato delle attività di comunicazione sia il primo "filtro" tra il partenariato di progetto e l'AG/SC e possa</p>



	<p>supervisionare materiali di comunicazione/informazione ed eventualmente correggerli. Qualora sorgano dei dubbi è sempre possibile rivolgersi al SC per correzioni e approvazione;</p>
<p>Difficoltà a comunicare al pubblico rispettando le regole di comunicazione, anche lo stesso bilinguismo risulta spesso un ostacolo. E' allo stesso modo difficile estrapolare da certi progetti messaggi semplici che possano parlare al grande pubblico.</p>	<p>Anche questo sembra essere un problema ricorrente e necessita di una riflessione e dell'elaborazione di una strategia più attenta. E' un problema riscontrato dalla maggior parte dei programmi/progetti europei, lo dimostra la bassa consapevolezza (sebbene in crescita) da parte dei cittadini che determinati interventi/attività che li riguardano direttamente siano finanziati dai progetti europei.</p>
<p>Problemi di gestione del mini-sito di progetto</p>	<p>Su questo si possono proporre brevi incontri di tutoring, anche periodici di formazione/supporto, magari a piccoli gruppi di 3/4 persone. Ad ogni modo, si evidenzia un miglioramento da parte dei beneficiari nella capacità di utilizzo dei minisiti, ma allo stesso tempo purtroppo molti minisiti di progetto non risultano aggiornati.</p>
<p>Aggiornamento del logo di Programma (in versione bilingue) a marzo 2020. Questo ha creato un po' di confusione tra i progetti per quanto riguarda gli obblighi di applicazione.</p>	<p>A marzo 2020 è stato aggiornato il logo di programma, realizzato in versione bilingue. Questo è stato funzionale a semplificare la produzione di materiali di comunicazione, stimolando l'utilizzo, laddove possibile, di un'unica versione bilingue (ad esempio un flyer, una brochure o altro). L'utilizzo di questo nuovo logo è sempre consigliato ma ovviamente non c'è un obbligo "retroattivo" di applicazione, ciò vuol dire che i progetti i cui loghi sono stati approvati prima di marzo 2020 NON devono rifare il nuovo logo e applicarlo a tutti i materiali già prodotti, tuttavia, dato che l'aggiornamento è molto semplice, si consiglia di utilizzarlo per materiali di comunicazione post marzo 2020. Invece, i progetti i cui loghi non erano stati approvati a marzo 2020 (alcuni progetti del IV avviso e quelli del V) DEVONO necessariamente produrre il logo integrato in versione bilingue e utilizzarlo per tutti i materiali di info/com</p>
<p>Comunicazione ai fini della capitalizzazione: interseca problemi di comunicazione interna (individuare contenuti rilevanti) con problemi di comunicazione esterna.</p>	<p>Il problema dell'individuazione di sinergie è sicuramente un problema "a cascata": anche noi come programma avremmo bisogno di rafforzare l'aspetto delle sinergie e delle</p>



possibili integrazioni (anche in ambito comunicativo) con altri programmi. La creazione del network "marittimo" dovrebbe essere un buon punto di partenza, sicuramente per incrementare le sinergie tra progetti. Diciamo che se il network funzionasse parte di questo problema dovrebbe essere risolto.

- **Come pensi possa essere utile questo network per il tuo progetto? Che vi aspettate da questo strumento?**

Questa domanda è stata posta sia nel form di iscrizione (pre-webinar), sia durante l'incontro, in seguito alla presentazione della strategia.

Di seguito si riportano le opinioni dei partecipanti. E' stato fatto anche qui un tentativo di raggruppare le risposte per "macro-aree".

"Rete" come momento di incontro, apprendimento e scambio di buone pratiche (sia tra progetti che tra progetti e attori esterni)

Possibilità di avere momenti di incontro aperti anche ai progetti con esperti di comunicazione EU/ Interact

Diffondere maggiormente le buone pratiche e l'expertise provenienti dai vari progetti Interreg

Conoscere e scambiarsi le pratiche innovative maggiormente in grado di raggiungere pubblici più ampi e diversificati

Confronto e scambio continuo con i vari referenti di comunicazione

Molto utile per allargare la rete di cooperazione ed aprirsi agli altri Programmi UE, in particolare con INTERREG ADRION

Puntare sulla possibilità di interagire tra progetti sfruttando le realizzazioni e i risultati

Entrare in contatto con esperti di comunicazione dei programmi EU

Potersi confrontare con gli altri progetti, trovare degli strumenti di comunicazione comuni

Stimolare maggiore discussione sulla comunicazione anche all'interno dei partenariati

Conoscere i risultati degli altri progetti

Potersi confrontare con gli altri progetti, trovare degli strumenti di comunicazione comuni, amplificare la condivisione delle informazioni sui progetti, capire meglio alcune regole basilari della comunicazione.

Network interattivo e partecipativo

Consolidare e allargare les expertises e le buone pratiche inerenti ai progetti Interreg

Costruire metodologie condivise, scambiare prassi di successo.

Puntare sulla possibilità di interagire tra progetti sfruttando le realizzazioni e i risultati

Confronto e scambio continuo con gli altri referenti

Come stimolo per tutti i partner a partecipare attivamente alla Componente di Comunicazione. Che possa essere una cassa di risonanza per ampliare la comunicazione dei singoli progetti.



Inoltre potrebbe essere utile per creare un calendario degli eventi comune, creare eventi di capitalizzazione tra i diversi progetti e campagne di comunicazione comuni per progetti che hanno presentato su stesso avviso e hanno stessi obiettivi

“Rete” come possibilità di avere a disposizione maggiori strumenti/strumenti più efficaci per una comunicazione coordinata, congiunta e strategica anche in vista della futura programmazione.

Utilizzo di strumenti semplici e più standardizzati possibile

Campagne di comunicazione congiunte tra progetti complementari

Pagina web specifica dove viene raccolto tutto il materiale, ma anche regole, strumenti, esempi di comunicazioni utili e trasversali

Creare un calendario degli eventi comune, creare eventi di capitalizzazione tra i diversi progetti e campagne di comunicazione comuni per progetti che hanno obiettivi e attività simili.

Capire meglio le regole di comunicazione

Per valorizzare gli elementi di sostenibilità e durabilità operativa (formazione e ICT a supporto del monitoraggio merci pericolose) che possono avere continuazione nella prossima programmazione.

Mi aspetto un luogo virtuale in cui vengono messi a disposizione esempi, regole e tools di comunicazione utili e trasversali. Ma anche che sia un network interattivo e partecipativo che tenga conto delle esigenze di comunicazione ma anche del fatto che spesso i project manager sono responsabili della comunicazione, della rendicontazione e della gestione delle attività del progetto.

Sarebbe utile e interessante avere anche un aggiornamento professionale sincrono a monte dei nuovi prossimi progetti così da poter condividere le linee guide più attuali e sperimentarla nella prossima programmazione

Per Avere un coordinamento tecnico (quali mezzi per quali fini) contenutistico (cosa) stilistico (come)

La possibilità di interagire con tutti i supporti di comunicazione facilmente, proponendo ad esempio una piattaforma multimediale e che offra grafiche/icone/template uguali per tutti.

Sicuramente una formazione adeguata coordinata dal Programma è fondamentale.

Mi aspetto di implementare le mie conoscenze e trovare un valido supporto per i progetti futuri. Ovviamente con l'ausilio di una formazione continua attraverso i webinar

Avere delle istruzioni più chiare e degli strumenti di più facile utilizzo

Dare una struttura comune alle attività di comunicazione

Valorizzare gli elementi di sostenibilità e durabilità operativa che possono avere continuazione nella prossima programmazione.

“Rete” come possibilità di potenziare la visibilità dei risultati e uscire dalla “bolla Interreg”, riuscendo ad intercettare un pubblico più ampio o meglio targettizzato

Strumenti per trasferire risultati al di fuori del progetto, anche usando l'inglese

Coinvolgere in delle attività del network anche un pubblico esterno per “testare” la fruibilità dei contenuti ad un pubblico più ampio



Strutturare messaggi mirati integrati tra più progetti (dello stesso ambito) e ampliare quindi il pubblico a cui si comunica.

Comunicare su tempi molto tecnici è difficile perché gli specialisti della comunicazione hanno difficoltà. Bisogna trovare dei metodi di semplificazione soprattutto per certi progetti.

Scambiare/conoscere pratiche innovative che possano raggiungere pubblici più ampi e diversificati

Supportare i progetti nel veicolare informazioni/bandi ecc.. ai destinatari finali

Mettere in risalto le innovazioni a livello territoriale

Trasferibilità dei risultati al di fuori del progetto, possibilmente utilizzando l'inglese, lingua NON ufficiale del programma

Maggiore conoscenza del progetto da parte dei cittadini e stakeholders

Amplificare i risultati del progetto e dare maggiore visibilità al progetto. Campagna di comunicazione congiunta in caso di progetti complementari

La creazione di un network tra referenti della comunicazione e quindi tra progetti e progetti/programma può sicuramente migliorare la comunicazione attuale andando a creare anche messaggi mirati integrati tra più progetti (dello stesso ambito) e ampliare quindi il pubblico a cui si comunica.

Maggiore coinvolgimento nella comunicazione. Maggiore visibilità al progetto all'esterno

Amplificare la voce e i risultati dei progetti; dare visibilità alle azioni dei partner; mettere in risalto le innovazioni a livello territoriale

Potenziare l'informazione e la comunicazione relativa alle varie fasi dei progetti e alle sue realizzazioni.

Mi aspetto che lo strumento sia utile e pratico per collegare e comunicare i risultati di progetto con possibili utilizzatori o sviluppatori.

- **Quali strumenti forniti dal Programma sono risultati più utili nella gestione della comunicazione del tuo progetto?**

Questa domanda era tesa ad avere un feedback generico sull'efficacia degli strumenti di comunicazione offerti dal Programma. Risulta piuttosto sorprendente che il 46% dei partecipanti abbia indicato i manuali: strumenti spesso criticati, sono evidentemente ancora una base valida, e sicuramente da migliorare e potenziare, per strutturare le attività di comunicazione dei progetti. Interessante il punteggio dei webinar, ad indicare l'utilità di un'iniziativa come quella messa in campo in questa occasione. Risulta invece sicuramente da potenziare lo strumento della newsletter.

Manuali // Manuels	46%
Newsletter	16%
Sito web / Site web	59%
Assistenza mail/tel // Assistance mail/tel	35%
Seminari ed eventi // Webinaires et évènements	51%
Social network // réseaux sociaux	43%



2.2. Contributi dei partecipanti: spunti di riflessione da condividere e considerare per le future iniziative

Dai contributi di alcuni partecipanti che hanno preso la parola in seguito alla presentazione sullo stato delle attività e le proposte per il futuro, emergono alcuni spunti di riflessione, utili anche a strutturare il lavoro futuro in prospettiva della nuova programmazione 21-27.

I punti principali sono:

- Esistono delle riconosciute difficoltà di comunicazione “intra-partenariato” che si ripercuotono anche sulla capacità del progetto di creare, tradurre e comunicare i proprio contenuti e le proprie azioni. I partner dovrebbero non solo rafforzare la comunicazione tra di loro, ma affidare la componente di comunicazione a professionisti della comunicazione capaci sia di sostenere la comunicazione “interna” al progetto, sia di creare contenuti adeguati da comunicare all'esterno.
- Sarebbe utile una ricognizione attenta degli “insuccessi” (relativi alle attività di comunicazione) al fine di comunicare anche questi a chi di dovere (Autorità di gestione, stati membri, Commissione). Capire dove sono state le lacune può stimolare una riflessione più accurata tra chi gestisce i fondi per facilitare le azioni future.
- C'è un problema di “targettizzazione” dei flussi di comunicazione che dovrebbe essere attentamente affrontato sia dal programma che dai progetti. Parlare al pubblico non significa dover parlare “a tutti”, un'azione ad ampio raggio senza strategia rischia di essere solo una perdita di tempo e non aver alcun risultato concreto, soprattutto per alcuni progetti più “tecnici”. Il problema dell'accurata identificazione dei target della comunicazione dovrebbe essere affrontata in fase progettuale, possibilmente con un supporto maggiore da parte dell'AG nel fornire linee guida a tal proposito.
- Si rileva talvolta la mancanza di cooperazione da parte delle istituzioni (in particolare quelle coinvolte nei progetti) nelle attività di comunicazione dei risultati/attività dei progetti. Queste dovrebbero secondo alcuni includere le iniziative dei progetti all'interno della propria attività di comunicazione istituzionale. Allo stesso tempo però, la comunicazione istituzionale sottosta a regole e controlli piuttosto rigidi per cui non è immediato né facile far passare velocemente determinati contenuti sui canali istituzionali.
- È necessario considerare la comunicazione come un'attività a due teste: da una parte la comunicazione istituzionale e tutto quello che riguarda la comunicazione come obbligo, dall'altra la comunicazione verso i cittadini, verso un pubblico che deve essere attentamente scelto e studiato adattando i messaggi che si creano. La comunicazione dovrebbe configurarsi in questo secondo caso come uno strumento al servizio della capitalizzazione, permettendo a determinati target, possibilmente soggetti “moltiplicatori”, di dare una vera risonanza ai risultati.
- Si ritiene particolarmente importante creare uno spazio dove si possano facilmente reperire informazioni sui risultati dei progetti, una vera e propria library di buone pratiche che possa fungere da punto di partenza per sviluppare progettualità già esistenti senza duplicare il lavoro di altri progetti. La centralizzazione di tutti i portali web dei progetti sul sito del Programma è già stato un ottimo progresso in questo senso, ma è necessario sviluppare maggiormente l'idea di un repository di tutte le realizzazioni con criteri precisi e tematici dal quale le future idee progettuali potranno partire per massimizzare l'impatto delle loro attività.



Questi suggerimenti, commenti e critiche sono attualmente oggetto di attenzione e riflessione da parte dell'AG/SC. Serviranno da stimolo per aggiustare nell'immediato le attività e le strategie di comunicazione ma soprattutto per meglio strutturare e definire la strategia, gli strumenti e le azioni di comunicazione del Programma 2021-2027.

3) INDICAZIONI PER IL FUTURO

Il webinar dedicato alla comunicazione puntava a proporre l'idea della "rete dei comunicatori" del programma Marittimo, un gruppo di coordinamento composto da referenti del Programma e referenti dei progetti per una miglior gestione delle attività di comunicazione e capitalizzazione. Dato lo svolgimento e il coinvolgimento dei partecipanti, si ritiene che l'idea della rete sia percorribile, almeno per quanto riguarda la definizione di regolari momenti di incontro e di strumenti di lavoro condivisi. Un primo "test" per questa rete sarà la campagna di comunicazione sui risultati dei progetti Marittimo 2014-2020.

Per il futuro si propone di:

- Prevedere un secondo webinar/living lab con i referenti di comunicazione dei progetti in cui si dia ancora maggior spazio al confronto e alle idee dei progettisti per il buon funzionamento del network (novembre/dicembre 2021).
- Istituire un momento fisso di "helpdesk comunicazione" (da definire la periodicità). Si tratta di un momento fisso nel calendario in cui i referenti di comunicazione dei progetti, anche a piccoli gruppi, si confrontano con i referenti di comunicazione su dubbi/problemi/proposte.
- Le referenti di comunicazione del Programma lavoreranno al perfezionamento della pagina sul sito web del Programma dedicata alla diffusione delle buone pratiche (<http://interreg-maritime.eu/it/risultati-e-buone-pratiche-2014-2020>) cercando di svilupparne funzionalità e contenuti, in previsione di avere una vera e propria library sul sito del Programma 2021-2027.
- Si proporranno attività di coinvolgimento attivo dei beneficiari su capitalizzazione e comunicazione, come campagne congiunte, piccoli concorsi, iniziative di storytelling e simili che possano stimolare maggior coinvolgimento dei progetti su una comunicazione condivisa.