

Progetto SUCCESS

SERVIZI UNIFICATI

DI COOPERAZIONE TRANSFRONTALIERA

PER LA CREAZIONE D'IMPRESA

SOSTENIBILE E SICURA

Rapporto di valutazione T 2 – 4 - 2

Projet SUCCESS

SERVICES UNIFIÉS

DE COOPÉRATION TRANSFRONTALIERE POUR LA CRÉATION D'ENTREPRISE

SOUTENABLE ET SÛRE

Rapport d'évaluation T 2 – 4 - 2

SUCCESSO - T2-4-2 :

VALUTAZIONE E CAPITALIZZAZIONE DEL PROGETTO SUCCESS

Introduzione: Promemoria delle caratteristiche del progetto SUCCESS Unified Cross-Border Cooperation Services for Supported and Secure Enterprise Creation:

Il progetto SUCCESS, cofinanziato dal Programma Interreg Italia-Francia Marittimo 2014-2020, mira a stimolare la creazione di attività nella regione mediterranea (Corsica, Liguria, PACA, Sardegna, Toscana) attivando una rete transfrontaliera di servizi di scouting, coaching e mentoring. L'obiettivo è quello di sostenere lo sviluppo di iniziative imprenditoriali nei settori prioritari definiti dal programma transfrontaliero.

- ✓ "scouting" (incubatore di idee e progetti)
- ✓ "Coaching" (formazione su misura e scambi transfrontalieri)
- ✓ "tutoraggio (sponsorizzazione, esperienza lavorativa)

I DESTINATARI :

Il progetto ha due obiettivi:

- 1. Futuri imprenditori (beneficiari diretti) che hanno bisogno di sostegno per trasformare la loro idea in un'opportunità di business.**
- 2. Le aziende e le istituzioni (beneficiari indiretti) che potranno beneficiare dei servizi e delle competenze generate da queste nuove attività.**

I settori prioritari sono i settori tradizionali e/o emergenti legati alla nautica, al turismo innovativo e sostenibile, le biotecnologie blu e verdi e le energie rinnovabili blu e verdi.

GLI OBIETTIVI :

Promuovere e rendere accessibile la gamma di servizi transfrontalieri a sostegno dell'**imprenditorialità**

Sostenere le azioni locali per l'occupazione ;

Abbinare i bisogni dei settori prioritari con i servizi offerti a livello locale.

ATTIVITÀ :

- Analisi delle necessità nei campi della Nautica, del Turismo innovativo e sostenibile, delle Biotecnologie blu e verdi e delle Energie rinnovabili blu e verdi.
- Mappatura dei servizi esistenti attraverso il networking e l'integrazione di strumenti online innovativi.
- Sensibilizzare i partecipanti al programma sulle realtà economiche e sui progetti imprenditoriali dei diversi territori del partenariato.
- La creazione di azioni pilota:
 1. "scouting" (incubatore di idee e progetti)
 2. "Coaching" (formazione su misura e scambi transfrontalieri)
 3. "tutoraggio (sponsorizzazione, esperienza lavorativa)

I PARTNER :

Il progetto **SUCCESS** coinvolge **5 territori** e i seguenti **8 partner**:

BASTIA HAUTE-CORSE, PROMOCAMERA SASSARI, CCI D'AJACCIO SUD CORSICA, CHAMBRE REGIONALE DES METIERS ET DE L'ARTISANAT, CCI du VAR, CCIAA MAREMMA E TIRRENO, ANCI TOSCANA, CCIAA RIVIERE DI LIGURIA

PREAMBOLO :

- La metodologia di questo rapporto di valutazione è stata discussa ed elaborata in collaborazione con i partner del progetto attraverso diversi scambi di e-mail e documenti di lavoro al fine di convalidare la presente metodologia durante il mese di luglio 2021, non appena gli accompagnamenti dei progetti saranno terminati.
- L'obiettivo è quello di valutare l'impatto e il progresso dei percorsi di Coaching che sono stati al centro di questo programma.
- La valutazione dei percorsi di sostegno attuati dai diversi partner del progetto è stata effettuata attraverso diversi strumenti e materiali che saranno presentati in questo rapporto.

Piano della consegna :

La valutazione del percorso SUCCESS è stata realizzata dai vari partner secondo tre linee complementari:

- **1- Impatto in cifre dei percorsi tramite una tabella riassuntiva**
- **2- Valutazione dei risultati del sostegno ai beneficiari:** questionario proposto dalla CCI del Var e adattato da ogni regione secondo le caratteristiche del suo corso.
- **3- Valutazione del progetto SUCCESS stesso:** analisi SWOT realizzata da ogni territorio e capitalizzata a livello globale.
- **4. Raccomandazioni e aree di miglioramento :**
- **5 . Allegati**

Inoltre, una valutazione qualitativa è stata condotta per ogni partecipante per valutare le competenze acquisite dai partecipanti durante il progetto.

Un modello della griglia utilizzata e un esempio completato sono presentati in allegato.

1 - IMPATTO DEL PROGETTO SUCCESS IN TERMINI DI CIFRE :

Questa valutazione è stata effettuata seguendo il calendario del progetto, vale a dire

- Fase di applicazione e selezione
- Cifre chiave per il sostegno
- Numero di ore di workshop collettivi e webinar transfrontalieri condotti
- Tipo e numero di ore di sostegno individuale

Tabella riassuntiva delle figure :

PARTNER	CAMERA DI COMMERCIO E DELL'INDUSTRIA DI BASTIA E DELL'HAUTE-CORSE	CAMERA DI COMMERCIO E INDUSTRIA DEL VAR	PROMOCAMERA SASSARI	CAMERA DI COMMERCIO E DELL'INDUSTRIA DI AJACCIO E DELLA CORSICA MERIDIONALE	CAMERA REGIONALE DEI MESTIERI E DELL'ARTIGIANATO DELLA CORSICA	CAMERA DI COMMERCIO, I.A.A. DELLA MAREMMA E DEL TIRRENO	CAMERA DI COMMERCIO, I.A.A. RIVIERE DI LIGURIA	TOTALE
Numero di candidature ricevute /Numero di applicazioni ricevute		18	19	Corso comune ai 3 partner della Corsica	Corso comune ai 3 partner della Corsica	9	20	66
Numero di candidature complete ritirate/Numero di applicazioni complete che hanno avuto successo		15	18	Uguale a	Uguale a	9	20	62
Numero di candidature selezionate /Numero di applicazioni selezionate		12	18	Uguale a	Uguale a	9	20	59
Numero di portatori di progetto all'inizio del percorso di accompagnamento - sessioni collettive/Numero di capi progetto all'inizio del processo di sostegno - sessioni collettive	3	12	18	Uguale a	Uguale a	8	18	59
Numero di ore di sessioni collettive/Numero di ore di sessioni di gruppo		34 + Webinar (10 h)	47			45 (sessioni collettive) + 8 (sessioni transfrontaliere)	60	204

Numero di ore di coaching One to One/Numero di ore di coaching One to One		508 h (127 sessioni di 4 h)	343			57	550	1458
Numero di capi progetto che hanno completato l'intero percorso/Numero di capi progetto che hanno completato l'intero percorso		11	11			6	11	39
Numero di imprese immatricolate al 30/06/2021 /Numero di aziende registrate al 30/06/2021		7	6			1	7	21
Numero di imprese prime /Numero di aziende premiate		6	6			1	7	20

Informazioni fornite da 4 partner, dati parziali per la Corsica: 3 aziende partecipanti e finaliste

Numero di richiedenti e progetti sostenuti :

Contesto: la fase di reclutamento del progetto SUCCESS è stata condotta alla fine del secondo contenimento in un momento particolarmente complicato per il lancio di un'attività.

Per la cronaca, il reclutamento avrà luogo da metà settembre a metà dicembre 2020.

Questo contesto ha ovviamente avuto un impatto sul progetto.

Dati relativamente omogenei si possono osservare in tre delle regioni, cioè Liguria, Sardegna e Var, che hanno completato una fase di candidatura con circa 20 candidati.

La Corsica e la Toscana hanno avuto più difficoltà con 3 e 9 candidati rispettivamente.

Va notato che queste due regioni hanno completato il piano d'azione con un'operazione rivolta ai giovani.

L'impatto della rete delle Camere di Commercio in queste fasi di reclutamento può essere misurato, poiché la maggior parte dei candidati proviene dai portafogli di progetti monitorati da queste strutture.

I partner hanno anche evidenziato nello Swot la difficoltà di identificare questo gruppo target di titolari di progetti, che è per definizione latente. L'attività principale delle reti consolari nel sostenere i progetti ha permesso di identificare candidati di qualità (come dimostra il numero e la percentuale di iscrizioni alla fine).

Un totale di 49 progetti sono stati sostenuti dai 5 partner.

NB: nessuna informazione per la Corsica.

Tempo di supporto proposto :

- Un totale di 204 ore di sostegno collettivo è stato attuato dai 4 partner che hanno fornito gli elementi. Questo numero include anche le sessioni transfrontaliere di "webinar".

Tuttavia, la parte principale del progetto è stata orientata verso sessioni individuali di COACHING, costituendo la seconda e più forte parte del supporto come previsto dal Bando SUCCESS.

Questa seconda parte del programma ha rappresentato 1458 ore per i 4 partner che hanno fornito gli elementi, **cioè l'87,7% del tempo di sostegno.**

Questa caratteristica è uno dei punti di forza del programma ed è stata particolarmente apprezzata come si vedrà nello sfruttamento dei questionari.

Tasso di finalisti e aziende registrate :

39 partecipanti hanno completato il percorso SUCCESS, per un totale del 70%.

Il numero di aziende registrate entro il 30/06/2021 è di 21 su 39 partecipanti, cioè il **54%**. Va notato che il tasso di imprese registrate alla fine del programma SUCCESS sarà più alto.

Alcuni progetti relativi al filone Turismo saranno registrati più tardi, poiché non sono pronti per la stagione 2021. È il caso, per esempio, del progetto HyliBertY nel Var, registrato dal 30 giugno. Il tasso finale sarà quindi ben oltre il 50%.

E infine, 19 aziende sono state premiate nelle 4 regioni interessate grazie alle sovvenzioni del progetto Success.

2 - QUESTIONARI DI SODDISFAZIONE DEI PARTECIPANTI AL SUCCESS:

I partner hanno fatto valutare il percorso SUCCESS dai vari partecipanti al programma. I questionari hanno dovuto essere adattati ad ogni percorso sulla base di un quadro proposto dalla CCI del Var.

Presentiamo qui di seguito una sintesi dei risultati (Sardegna, Liguria e Var) e alcune cifre chiave.

Asse di	1: non molto soddisfatto	2	3	4	5: molto soddisfatto	Numero di risposte	Tasso di soddisfatto/molto soddisfatto
Fase informativa per la selezione	1		4	16	7	28	82 %
Accompagnamento collettivo			2	6	16	24	91.7 %
Coaching individuale			3	4	17	24	87 %
Evento finale (*)			1	1	4	6	83 %
Giorno dei lanci		1	4	3	16	24	79 %
Rimborso dei premi (*)				5	1	6 (Italia)	100 %
Webinar	1	3	8	8	8	28	57 %

(*): Poiché i questionari sono stati somministrati in momenti diversi dai partner, non è stato possibile misurare tutti gli assi in tutti i territori.

Dall'analisi di cui sopra si possono estrapolare alcune cifre chiave consolidate.

Un tasso di soddisfazione globale positivo e molto positivo (scala 4 e 5):

Questo tasso è eccellente e varia tra l'82 e il 100% per tutti gli aspetti del programma. Un vero plebiscito.

Un punto specifico riguardante i webinar: essendo molto specifici per i settori di attività interessati, i tassi di soddisfazione sono molto contrastanti e variano a seconda del settore di attività dell'intervistato, poiché alcuni webinar non riguardavano una parte dei progetti.

Il questionario è stato proposto dal Var e sviluppato secondo un modello di modulo proposto in allegato.

Tra le parole chiave espresse dai partecipanti, un certo numero di verbatim completa le cifre di cui sopra:

Estratto dal questionario Sardegna / One To One Coaching :

Il coaching mi ha permesso di cambiare il modello di business e renderlo economicamente sostenibile. Mi ha anche aiutato a trovare le migliori soluzioni per la spedizione dei prodotti e per la gestione del sito web.

Mi ha permesso di acquisire competenze specifiche nella gestione del gruppo e nella gestione finanziaria, che sono essenziali per la sostenibilità dell'azienda.

Ero davvero felice!

Questa è stata certamente la parte più utile per trasformare l'idea in realtà.

Estratto dal questionario Sardinia/Pitching Day:

Il lavoro di parlare in pubblico è stato molto interessante, un test di stress in più che ci fa bene.

Premi: Alcune procedure burocratiche hanno rallentato il pagamento della sovvenzione, che secondo me sarebbe dovuta arrivare sotto forma di un buono da spendere.

I tempi di attesa, anche per il primo pagamento, erano troppo lunghi, il che aveva un impatto negativo sui fornitori.

Estratti dal questionario Var /Coaching One to One:

Credo di aver scoperto il coaching grazie a voi, semplicemente. "Gli alchimisti

Il principale errore evitato grazie all'appoggio di Maritime Success sarà senza dubbio quello di aver potuto presentare una previsione finanziaria sufficientemente dettagliata ai Business Angels.

"HylibertY "

L'errore di portare il progetto solo al 2. "ZEPHYR

I dettagli dei questionari sono presentati in allegato per Sardegna, Liguria e Var

3 - MATRICI SWOT DEI PARTNER E SINTESI :

La matrice proposta e realizzata dai partner del progetto misura i punti di forza e di debolezza del progetto nelle seguenti aree

- Sostegno e sinergia
- Gestione del progetto
- Comunicazione

3.1 SWOT DEI RISULTATI DEGLI ACCOMPAGNAMENTI PER OGNI TERRITORIO

3.1.1 SWOT PER LA REGIONE VAR/ALPES MARITIMES

VALUTAZIONE DEL PROGRAMMA DI COACHING/TUTORING DI SUCCESSO DI MARITTIMO

Matrice SWOT del VAR

<p>Forze</p> <p>Accompagnamento e sinergia :</p> <p>Il supporto degli esperti è molto apprezzato per il Var</p> <p>Grande adattamento dei corsi con un massimo di consigli su misura</p> <p>Innovazione con la proposta di un semi collettivo che ha permesso di ottimizzare il numero di ore possibili e di lavorare su una dinamica tra i progetti.</p> <p>Impatto molto forte con 146 sessioni in totale che rappresentano 584 ore di supporto in totale</p> <p>Dinamiche di gruppo avviate al lancio grazie alla giornata di Ice Breaking e forte impatto del Closing Circle per la</p>	<p>PUNTI DI DEBOLEZZA</p> <p>Accompagnamento</p> <p>Grande impatto del contesto sanitario che ha ripetutamente ritardato il progetto</p> <p>Impossibile organizzare il programma come previsto, compreso il Pitching Day all'inizio dell'estate che doveva essere fatto in loco.</p> <p>Impatto molto pesante in termini di pianificazione dell'obbligo di ricorrere a un contratto pubblico (vincolo: 6 mesi di ritardi che hanno ritardato il lancio dell'accompagnamento e ci hanno obbligato a una realizzazione molto concentrata.</p> <p>Sinergia</p> <p>Difficoltà a generare sinergie tra i progetti in assenza di un incontro fisico.</p>
---	---

sostenibilità delle interazioni del gruppo di imprenditori.

Comunicazione:

Lancio di un gruppo WhatsApp da parte del gruppo Varois per interagire e scambiare durante il corso, e che continua dopo la sessione Ice Breaking.

I progetti hanno anche trasmesso la loro partecipazione a SUCCESS sui propri Social Network (Mootion, ...).

Gestione del progetto:

Resilienza e adattamento durante tutto il progetto alla situazione e in particolare al lavoro a distanza (Copil, sessioni di formazione, giurie,...) al contesto di lavoro Covid.

Adattamento dei bilanci (COVID Oriented) che ha permesso di

Indisponibilità di progetti Var a settembre per viaggiare in Sardegna, dato che le attività sono in pieno svolgimento.

Si noti che la scelta di uno strumento di piattaforma per questo filone di comunicazione è stata fatta nel 2017 quando la domanda è stata presentata e che il filone digitale si sta evolvendo molto rapidamente.

Comunicazione

Grande difficoltà nel reclutare i capi progetto che sono per definizione sparsi nella popolazione

Basso ritorno sulla comunicazione attraverso i social network

Gestione del progetto:

La durata iniziale di 36 mesi più l'attuale estensione ha portato a un'enorme quantità di turnover nei team coinvolti nel progetto, con di conseguenza molto tempo dedicato

	convogliare più risorse alle imprese di quanto inizialmente previsto.		alla comunicazione e al coinvolgimento dei collaboratori che si sono succeduti durante tutto il periodo.
OPPORTUNITÀ	<p>Accompagnamento</p> <p>La gara pubblica effettuata per la selezione del gruppo di esperti per il sostegno dei progetti ci ha permesso di confermare la qualità dei fornitori di servizi con cui avevamo già avuto modo di collaborare, ma anche di arricchire il nostro pannello di fornitori di servizi di qualità.</p> <p>La Var CCI ha anche 8 nuovi membri grazie alle aziende registrate attraverso il progetto SUCCESS.</p> <p>Sinergia:</p> <p>Il progetto SUCCESS ha permesso di sviluppare dei partenariati con le strutture di sostegno alla creazione di imprese della regione diverse dalla CCI du Var, in particolare la rete Initiative e l'incubatore PACA Est. I contatti per le candidature erano stati indirizzati verso il progetto. I</p>	MINACCE	<p>Accompagnamento :</p> <p>Difficoltà nel reclutare progetti in un periodo di incertezza economica molto alta</p> <p>Difficoltà di visibilità per il gruppo target di capi progetto (natura diffusa)</p> <p>Sinergia:</p> <p>Difficoltà ad attivare la collaborazione tra le strutture a causa del crescente carico di lavoro e rischio di concorrenza tra i programmi sul territorio.</p>

rappresentanti di queste organizzazioni hanno partecipato alla giuria del Var Pitching Day e hanno contattato i candidati per un ulteriore sostegno.

Una sinergia è stata fatta anche con il **progetto FRI NET 4.0**: il Webinar sulle sfide delle batterie elettriche proposto nell'ambito del progetto **SUCCESS è stato** proposto anche ai progetti coinvolti in FRI NET 4.0 (2 progetti italiani collegati), così come a tutta la rete dei partner locali.

Comunicazione:

L'esercizio finale del Pitching Day a livello locale ha permesso di mettere in evidenza tutti i progetti grazie a una copertura stampa di qualità (**Var Matin**, che continuerà a pubblicare i ritratti individuali in autunno, **Le**

Journal des Entreprises e TPBM,
senza dimenticare la rivista **Var Eco
News** della Camera di Commercio del
Var.

La realizzazione di **Cross Border
Webinars** attraverso **SUCCESS**
permette di capitalizzare su strumenti
di comunicazione di qualità.

Feedback molto positivo sul
programma, che rimane disponibile
per ulteriori comunicazioni sul
programma.

Abbiamo anche chiesto all'autorità di
gestione di partecipare al "**Interreg
Annual Event 2021**",

3.1.2 SWOT PER LA REGIONE SARDEGNA

VALUTAZIONE DEL PROGRAMMA DI COACHING/TUTORING DI SUCCESSO DI MARITTIMO

Matrice SWOT per la regione Sardegna

<p>HIGHLIGHTS</p> <p>SOSTEGNO/FINANZIAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le competenze specifiche e complementari dei partner; - Capacità di coordinare la partnership; - Contatti istituzionali e provati con investitori, banche e istituzioni. - Personale interno ed esterno con competenze specifiche nel sostenere le start-up e le idee innovative. - Diversi tipi di professionisti coinvolti nel tutoraggio di gruppo e nel coaching individuale. - Flessibilità nel numero di ore dedicate al tutoraggio di gruppo e al coaching individuale, che ha permesso di adattare gli interventi ai bisogni reali dei partecipanti. - Sessioni transfrontaliere sulle catene di approvvigionamento marittimo organizzate da ogni partner con professionisti di alto 	<p>PUNTI DI DEBOLEZZA</p> <p>SOSTEGNO/FINANZIAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dover tenere l'intero corso su piattaforme online ha limitato le opportunità per gli aspiranti imprenditori di incontrarsi e socializzare; - Dover anticipare i costi di set-up e start-up prima di ricevere la sovvenzione <p>SINERGIE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Scarsa partecipazione delle start-up di alcuni territori agli eventi organizzati da btob per favorire la cooperazione e le relazioni commerciali. - Bassa partecipazione alle sessioni transfrontaliere <p>COMUNICAZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Scarso utilizzo da parte di tutti i partner dei modelli di
--	---

livello della catena di approvvigionamento della loro regione, a beneficio di tutti gli imprenditori in erba di tutta la zona di cooperazione.

SINERGIE

- Una relazione fruttuosa e costruttiva tra la CCIAA, Promocamera e i fornitori di servizi come Rumundu;
- Coordinamento efficace tra i partner;
- Capacità di avviare e coltivare sinergie tra imprenditori in erba.
- Collaborazione e relazioni commerciali tra le start-up attivate all'evento finale.
- Strumenti online per migliorare la qualità della comunicazione e del coordinamento tra i partner.
- Coinvolgimento di partecipanti di altri progetti (per esempio MarittimoMob) in sessioni transfrontaliere sulle catene di approvvigionamento.

COMUNICAZIONE

comunicazione sviluppati come risultato del manuale di immagine coordinata.

- Basso uso da parte dei partner dei loro canali sociali e siti web per diffondere notizie ed eventi

- Aggiornamento della piattaforma del progetto e del sito web sul portale interreg e coordinamento con i canali sociali.
- Velocità nella pubblicazione e nell'aggiornamento di notizie ed eventi online
- Capacità di intercettare il pubblico target della comunicazione identificata
- Capacità degli attori e delle istituzioni
- Competenze nella gestione degli strumenti di comunicazione tradizionali: stampa, televisione, ecc.
- Organizzazione dell'evento finale

OPPORTUNITÀ	<p>ACCOMPAGNAMENTO :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La modalità di erogazione tramite piattaforma digitale, vista l'emergenza sanitaria, ha permesso la partecipazione di aspiranti imprenditori da tutta la Sardegna; - Capitalizzare la reputazione acquisita dal corso, data l'alta soddisfazione dei partecipanti in nuovi progetti comunitari; <p>SYNERGY :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il partenariato consolidato e stretto rafforzerà le sinergie raggiunte tra i partner e con organizzazioni o enti esterni; - Le sinergie realizzate con altri progetti marittimi come MarittimoMob, FRINET4.0 e Marittimotech+ (vedi evento di capitalizzazione a Bastia); - Le aziende create attraverso SUCCESS saranno i beneficiari del prossimo bando MarittimoTech+; - La capacità di coinvolgere le parti interessate e le autorità locali e regionali nell'evento finale.
	<p>ACCOMPAGNAMENTO :</p> <p>Difficoltà a mobilitare gli aspiranti imprenditori in un periodo di forte incertezza economica dovuta alla crisi sanitaria.</p> <p>COMUNICAZIONE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Difficoltà a far conoscere il progetto a potenziali aspiranti imprenditori perché il target è troppo diffuso. - Il gran numero di partner del progetto rende più difficile la comunicazione tra i partner; - La presenza di molti programmi simili nella regione rende difficile comunicare il valore aggiunto del progetto.

- Gli incontri individuali e i lavori di gruppo tra le aziende di nuova costituzione nell'area di cooperazione hanno permesso loro di incontrare investitori qualificati ma soprattutto di avviare la cooperazione e le relazioni commerciali tra di loro.

COMUNICAZIONE :

Capitalizzare le migliori pratiche e i risultati dei progetti.

3.1.3 SWOT PER LA REGIONE LIGURIA

VALUTAZIONE DEL PROGRAMMA DI COACHING/TUTORING DI SUCCESSO DI MARITTIMO

Matrice SWOT

<p>FORZE</p> <p>Accompagnamento - Sinergie</p> <p>Il sostegno degli esperti è stato apprezzato dai beneficiari per la competenza che hanno dimostrato.</p> <p>In particolare, l'alto grado di flessibilità e personalizzazione degli interventi è stato valutato positivamente.</p> <p>La flessibilità dei consulenti sulle questioni da affrontare è stato un altro elemento di soddisfazione.</p> <p>Comunicazione</p> <p>L'apprendimento a distanza è stato utilizzato per facilitare le riunioni.</p> <p>Un buon sistema di comunicazione via e-mail e WhatsApp ha permesso una rapida comunicazione tra i beneficiari, il coordinamento e i consulenti.</p>	<p>PUNTI DI DEBOLEZZA</p> <p>Accompagnamento - Sinergie</p> <p>Naturalmente, la pandemia ha influenzato il progresso del progetto e ha costretto alla formazione online.</p> <p>Questo ha impedito lo sviluppo di contatti concreti tra aspiranti imprenditori e ha rallentato il processo di aggregazione.</p> <p>Comunicazione</p> <p>La pandemia ha reso più difficile l'identificazione dei beneficiari e la diffusione delle informazioni, rendendo più difficile la corretta decodifica delle informazioni.</p>
<p>OPPORTUNITÀ</p> <p>Accompagnamento - Sinergie</p> <p>L'identificazione di un numero adeguato di consulenti e il corretto supporto ai beneficiari secondo le loro</p>	<p>MINACCE</p> <p>Accompagnamento - Sinergie</p> <p>La pandemia ha creato un panorama economico caratterizzato da un alto grado di incertezza e ha quindi reso più</p>

necessità hanno creato buone sinergie che hanno sviluppato partenariati che continueranno nel medio e lungo termine.

Questo permetterà alle imprese di recente costituzione di contattare esperti per un sostegno, in particolare nel campo del finanziamento e dei piani di internazionalizzazione.

Comunicazione

Le giornate di presentazione, specialmente l'ultima, hanno permesso un buon flusso di informazioni e potrebbero servire come base per future collaborazioni.

difficile la creazione di imprese.

Comunicazione

Questo quadro di incertezza e difficoltà di conteggio rende più complesso trovare il modo di integrare le diverse attività create dal progetto.

3.1.4 SWOT PER LA REGIONE TOSCANA

VALUTAZIONE DEL PROGRAMMA DI COACHING/TUTORING DI SUCCESSO DI MARITTIMO

Matrice SWOT

FORZA	<p>Stretta sinergia con il mondo accademico e professionale per le attività di <i>coaching</i>.</p> <p>Formatori esperti altamente competenti.</p> <p>Alto livello di motivazione dei partecipanti iniziali.</p>	DEBOLEZZA	<p>Il corso di <i>coaching</i> si concentra principalmente su questioni economiche e commerciali.</p> <p>Debolezze nella volontà di alcuni gruppi di ricerca di utilizzare il tutoraggio individuale.</p> <p>Delta negativo dei partecipanti rispetto all'inizio e alla fine del processo di <i>coaching</i></p>
OPPORTUNITÀ	<p>Possibilità di attivare reti tra le aziende di nuova costituzione e la comunità di ricerca più orientata al prodotto e al processo.</p> <p>Possibili sinergie tra alcuni gruppi di ricerca, attraverso una parziale</p>	MINACCE	<p>Trasformazione aziendale limitata da parte dei gruppi di ricerca.</p> <p>Dispersione delle conoscenze e delle competenze già possedute dai team di ricerca o trasmesse attraverso il <i>coaching</i>.</p>

revisione del modello di business e la
condivisione delle risorse.

Rafforzare il tessuto imprenditoriale
locale incorporando un certo numero
di gruppi di ricerca.

Limitata attrattiva di possibili futuri
inviti a presentare proposte per
sostenere la creazione di imprese.

4.2 Sintesi della SWOT dei partner :

Matrice SWOT per la sintesi dei partner

<p>Forze</p> <p>Accompagnamento e sinergia :</p> <p>Tutti i partner sottolineano l'impatto degli alti livelli di competenza e la varietà di esperti mobilitati per il sostegno. Questo è valido qualunque sia la natura degli esperti mobilitati: consulenti attraverso un mercato come nel Var, società di consulenza selezionate in Sardegna o esperti di laboratori di ricerca come in Toscana.</p> <p>La grande flessibilità di attuazione tra la parte individuale e quella collettiva è anche fortemente sottolineata come criterio di successo. Adattamento a un pubblico scolastico per la Corsica e la Toscana.</p> <p>Questo ha permesso di adattarsi alle esigenze dei progetti sostenuti in tutte le regioni.</p> <p>Comunicazione:</p>	<p>PUNTI DI DEBOLEZZA</p> <p>Accompagnamento</p> <p>Grande impatto del contesto sanitario che ha ripetutamente ritardato il progetto</p> <p>Impossibile organizzare il programma come previsto, in particolare il Transnational Pitching Day come previsto all'inizio dell'estate, che si è dovuto tenere in prima istanza a livello locale.</p> <p>Impatto delle sessioni online: questa soluzione ha permesso al programma di funzionare nonostante i periodi di reclusione o di restrizione, ma questo mezzo ha avuto un impatto sulla socializzazione degli imprenditori tra di loro, e soprattutto sull'aspetto transnazionale del progetto.</p> <p>I partner sottolineano anche una difficoltà nel reclutare progetti in questo periodo di grande incertezza.</p>
--	---

Lo strumento di comunicazione tipo WhatsApp è stato utilizzato da due regioni e sembra essere molto popolare per lo scambio istantaneo di mini-gruppi del tipo che è stato condotto con SUCCESS. Questo successo è da confrontare con le analisi negative degli strumenti di comunicazione come le piattaforme dedicate che non sono più adatte al periodo. Questi strumenti, che non fanno parte del programma, permettono la sostenibilità delle sinergie stabilite.

Gestione del progetto:

I partner insistono anche sulla grande flessibilità che è stata necessaria nella gestione del progetto stesso, avendo dovuto affrontare molti imprevisti e diverse riprogrammazioni. Numerosi copil aggiuntivi online,...

Adattamento dei bilanci (COVID Oriented) che ha permesso di

Sinergia

Difficoltà a generare sinergie tra i progetti in assenza di un incontro fisico.

Bassa mobilitazione delle aziende per gli eventi B-to-B: incertezza del calendario, contesto sanitario e indisponibilità perché le aziende hanno appena iniziato.

Comunicazione

Grande difficoltà nel reclutare i capi progetto che sono per definizione sparsi nella popolazione

Difficoltà di comunicazione tra molti progetti simili in alcuni territori.

Scarsa mobilitazione degli strumenti di comunicazione (piattaforma, ecc.) e basso rendimento della comunicazione attraverso le reti sociali

	<p>convogliare più risorse alle imprese di quanto inizialmente previsto.</p> <p>Infine, la sinergia tra i diversi programmi di Marittimo gestiti in parallelo dallo stesso nucleo di partner ha permesso numerose azioni di capitalizzazione (in particolare il lancio di MARITTIMOTECH+ insieme a un evento SUCCESS e MARITTIMOMOB) e la possibilità per i partecipanti di beneficiare di diversi programmi complementari.</p>		<p>Gestione del progetto:</p> <p>Durata del progetto con turnover nelle squadre.</p> <p>Un gran numero di partner coinvolti.</p>
<p>OPPORTUNITÀ</p>	<p>Accompagnamento</p> <p>Tutti i partner hanno potuto consolidare i loro partenariati con gli esperti mobilitati (come la Sardegna con RUMUNDU ACADEMIE) o costruire nuove collaborazioni (il Var con il Pool di esperti selezionati tramite un appalto pubblico).</p> <p>I webinar prodotti online attraverso il progetto SUCCESS sui flussi commerciali possono essere implementati nei programmi futuri.</p>	<p>MINACCE</p>	<p>Accompagnamento :</p> <p>Difficoltà nel reclutare progetti in un periodo di incertezza economica molto alta</p> <p>Difficoltà di visibilità per il gruppo target di capi progetto (natura diffusa)</p> <p>Sinergia:</p> <p>Difficoltà ad attivare la collaborazione tra le strutture a causa del crescente carico di lavoro e rischio di concorrenza tra i programmi sul territorio.</p>

Tutti i Pitching Days faccia a faccia e l'evento finale ad Alghero hanno avuto molto successo.

Sinergia:

Il nucleo di partner è riuscito ad adattare il progetto iniziale ad ogni tappa, grazie alla guida del capofila, la CCI della Corsica, per raggiungere l'obiettivo strategico di sostenere la creazione di imprese in ognuno dei territori.

L'agilità e i numerosi scambi con l'autorità di gestione hanno reso possibile questo esercizio.

4. RACCOMANDAZIONI E AREE DI MIGLIORAMENTO :

Analisi dei processi in atto per identificare le aree di miglioramento:

- **Governance :**

Il partenariato è riuscito a pilotare questo progetto fino alla sua fine grazie sia a numerosi aggiustamenti del contenuto del progetto definiti durante le varie riunioni e copil durante tutto il progetto. Il numero di incontri è stato adattato alle necessità di scambi in ogni fase di decisione e di adattamento del progetto sotto la guida del capofila, la Camera di Commercio e dell'Industria della Corsica. Il consenso è stato raggiunto in ogni fase nonostante il gran numero di partner coinvolti in questo progetto, 8 per 5 territori rappresentati, il che rappresenta un'ulteriore difficoltà per il Lead Partner.

Così, per esempio, le aspettative per il pagamento dei bonus basati sui mezzi per i partecipanti francesi e i bonus basati sulla spesa per i partecipanti italiani hanno permesso un adattamento al contesto locale di ogni paese.

L'ascolto e la convalida di ogni fase di adattamento da parte dell'Autorità di Gestione ha permesso di adattare i contenuti e di fornire un servizio di qualità ai candidati, come abbiamo potuto constatare sia con la valutazione numerica degli accompagnamenti realizzati, sia attraverso le valutazioni fatte dai partecipanti.

Flessibilità, adattamento e scambio con l'autorità di gestione durante tutto il processo.

- **Reclutamento del progetto:**

Il potenziale di reclutamento delle reti delle Camere di Commercio mobilitate nel progetto SUCCESS ha permesso di trovare con successo i contatti per reclutare il numero richiesto di progetti nella grande maggioranza dei casi.

Le azioni di comunicazione realizzate (inserti stampa, relè dei partner, ecc.) non sono state molto efficaci.

Ci sono due ragioni per questo:

- la grande difficoltà nell'identificare i candidati alla creazione, che è un obiettivo diffuso su tutta la popolazione finché il progetto non è formalizzato: è quindi un obiettivo impossibile da identificare.

La comunicazione attraverso le reti sociali non ha avuto molto effetto sui contatti per il reclutamento.

il calendario della fase di reclutamento, che è stato rinviato più volte a causa della situazione sanitaria e delle diverse fasi di confinamento nei nostri due paesi durante il periodo. Solo una grande agilità del partenariato ha permesso di realizzare questa tappa.

- e assunzioni condotte in un momento di grande incertezza economica e quindi improbabili per incoraggiare la creazione di imprese.

Tuttavia, vale la pena notare il successo degli obiettivi fissati dai partner, e in particolare il tasso di completamento del progetto.

Il valore aggiunto della rete delle Camere di Commercio francesi e italiane e la sua attività principale di sostegno ai progetti ha permesso di reclutare con successo i progetti.

- **Attuazione degli accompagnamenti :**

Un aspetto popolare del programma che ha pochi commenti complessivi.

Una richiesta di maggior supporto sul fundraising (SOGGIU NICOLO e Roberta RUZZEDDU per la Sardegna) e di coaching individuale per la maggior parte dei progetti in Toscana.

Una proposta di filmare il Pitch per i partecipanti da usare come formazione per eventi futuri.

- **Webinar ed eventi transfrontalieri :**

I partner hanno messo a disposizione del progetto e di tutti i suoi partecipanti i vari **webinar** previsti, cioè :

- **17 marzo "Opportunità nel settore del turismo sostenibile" su GOOGLE Meet by PROMOCAMERA SASSARI**
- **30 marzo: "Opportunità nel settore della nautica" Camera di Commercio RIVLIG Zoom con traduzione simultanea**
- **22 aprile Energie rinnovabili: le sfide delle batterie elettriche: Focus su "Opportunità nel settore del turismo sostenibile" su GOOGLE Meet by PROMOCAMERA SASSARI**
- **29 aprile Entreprendre au Féminin/ Cci du Var Zoom con traduzione simultanea della CCI du Var**
- **04 maggio: Opportunità dei settori Blu e Verde " Camera di Commercio e Industria Maremma e Tyrena su TEAMS**
- **17 maggio: OPPORTUNITA' NEL SETTORE DEL TURISMO SOSTENIBILE – Camera di Commercio di Maremma e Tirolo TEAMS**

Poiché i webinar hanno dovuto essere realizzati in formato video a causa dei vincoli del periodo, abbiamo ora un portafoglio di webinar che possono essere riutilizzati dai partner sia nel quadro di nuovi progetti di collaborazione o a beneficio delle aziende di ciascuna delle strutture.

Questo risultato è un plus generato dagli adattamenti del progetto al contesto.

Evento transfrontaliero :

Il piano iniziale era di tenere un Pitching Day a maggio in Sardegna. Il contesto sanitario ha costretto a rimandare più volte questa organizzazione con la scelta fatta di :

- realizzare i Pitching Days locali durante il mese di luglio 2021 per rimanere all'interno delle aspettative del progetto e per essere in grado di effettuare la valutazione prevista per l'assegnazione delle sovvenzioni. Questi Pitching Days hanno permesso, se non di riunire tutti i partecipanti, di riunire i partecipanti a livello locale con livelli di soddisfazione molto alti

Questa è una componente centrale della dinamica di gruppo che permette poi di perpetuare lo spirito di promozione tra i partecipanti e costituisce una vera risorsa dei programmi MARITTIMO.

- Programmazione dell'evento di chiusura/transnazionale Picking Day ad Alghero a settembre che ha permesso il networking tra i progetti con un riuscito ibrido tra faccia a faccia e video.
- E infine approfittare di un contesto sanitario più favorevole in ottobre, avendo riunito alcuni dei progetti partecipanti in occasione del lancio del progetto MARITTIMOTECH+, un programma ammissibile per i progetti di successo per coloro che lo desiderano.

Gli incontri tra i partecipanti al programma rimangono un fattore di grande valore aggiunto dei progetti MARITTIMO, tenendo conto dei vincoli di ogni periodo.

- **Comunicazione:**

Anche i materiali di comunicazione utilizzati sono stati adattati al contesto, così come agli sviluppi tecnici e alle aspettative dei partecipanti.

Notiamo la necessità di integrare strumenti di comunicazione moderni e istantanei come WhatsApp (convalidato dall'uso spontaneo su due Regioni) piuttosto che strumenti di comunicazione specifici, il che implica una connessione complementare del tipo previsto con la piattaforma dedicata del progetto. Quest'ultimo è ancora rilevante per il reclutamento e la registrazione dei flussi di selezione, una fase in cui ha avuto un ruolo pieno.

Gli altri strumenti di comunicazione sono stati difficili da valutare durante questo progetto, dato il gran numero di programmi e servizi di supporto offerti contemporaneamente alle aziende in questo periodo di recupero post-Covid.

5. ALLEGATI :

- 1- Schema di questionario Var
- 2- Schema del questionario sulla Sardegna
- 3-Analisi dei questionari della Liguria
- 4-Analisi dei questionari Sardegna
- 5-Analisi dei questionari Var

NB: le azioni di comunicazione sono soggette a una valutazione condotta dal partner di PROMOCAMERA incaricato di questa componente per il progetto.

Vorremmo ringraziare i partner del progetto per il loro lavoro in ciascuno dei territori, che ci hanno fornito le informazioni necessarie per redigere questo documento di valutazione.

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



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

