

# CIRCUMVECTIO PLUS

## Componente T2 Stakeholdership engagement

### Attività T2.1

### Coordinamento e definizione della Metodologia della Componente T2

### Prodotto T2.1.1

### Metodologia della Componente T2

## Sommario

|  |   |
|--|---|
| 1. Introduzione .....                                    | 3 |
| 2. Individuazione stakeholder .....                      | 3 |
| Indirizzario stakeholder .....                           | 4 |
| Analisi degli stakeholder.....                           | 4 |
| 3. Animazione e sensibilizzazione degli stakeholder..... | 5 |
| Target.....  | 6 |
| Modalità di coinvolgimento del target .....              | 6 |
| 4. Organizzazione degli atelier .....                    | 7 |
| Obiettivi .....  | 7 |
| Materiali .....  | 7 |
| Modalità di realizzazione.....                           | 7 |
| Dettaglio dei contenuti.....                             | 8 |
| Scaletta .....   | 8 |
| 5. Report e analisi del coinvolgimento .....             | 8 |
| Report.....  | 9 |
| Analisi del coinvolgimento.....                          | 9 |

### Appendice A – Video

### Appendice B – Questionario

### Appendice C – Presentazione

### Allegato A – Indirizzario

## 1. Introduzione

Il presente prodotto mira a definire, in un solo documento, la metodologia che è stata adottata dai partner del progetto CIRCUMVECTIO PLUS Provincia di Sassari (lato Italia) e CCI Corse (lato Francia) per l'organizzazione dei tre atelier di presentazione alle aziende della filiera della logistica portuale di Liguria, Sardegna, Toscana e Corsica di una Piattaforma innovativa, una Cross-boarding Area Management Platform (CAMP) sviluppata nell'ambito del progetto CIRCUMVECTIO PLUS, la quale capitalizza l'output del precedente progetto CIRCUMVECTIO. Responsabile dell'organizzazione dei due atelier per l'Italia è stata quindi la Provincia di Sassari, mentre l'atelier francese è stato organizzato dal partner CCI Corse, tramite il Porto di Commercio di Bastia.

La CAMP integra un network di piattaforme interoperabili a servizio degli shippers e degli attori della catena logistica e vuole essere un credibile strumento a favore delle PMI per internazionalizzare il prodotto in chiave transfrontaliera e renderne maggiormente competitivo il trasporto. Capitalizzando i risultati di progetti precedenti, la Piattaforma valorizza l'aumento di appeal dei nodi coinvolti attraverso la quantificazione economica della riduzione dei tempi complessivi della catena di trasporto. La progettazione dell'architettura è mirata a massimizzare le sue caratteristiche di adattabilità, flessibilità e scalabilità per supportare la comunicazione degli operatori con enti (e tra enti) di diverse dimensioni e con eterogenei gradi di informatizzazione e razionalizzazione dei servizi, in un'ottica di riequilibrio modale.

Gli stakeholder da coinvolgere per gli atelier sono enti, clienti e fornitori dell'area di riferimento che condividono il concetto di one-stop-shop. Attraverso l'indagine dei bisogni espressi dagli operatori, il progetto CIRCUMVECTIO ha mirato a definire il sistema logico e i metadata indispensabili per la piattaforma operativa sviluppata nell'ambito di CIRCUMVECTIO PLUS: anche ai fini di future implementazioni informatiche, è importante elaborare una strategia non solo per invitare alla partecipazione, ma anche per mantenere proficui contatti con i portatori di interesse.

I principali obiettivi del coinvolgimento degli stakeholder consistono nell'informarli sui vantaggi derivanti dalla gestione efficiente della catena logistica grazie alla digitalizzazione dei flussi documentali, e nell'ottenere la loro validazione sui servizi offerti dalla piattaforma.

## 2. Individuazione stakeholder

Destinatari dell'invito a partecipare agli atelier di presentazione della CAMP dovranno essere innanzitutto tutti coloro che a vario titolo sono stati coinvolti nelle fasi iniziali di indagine e in quelle successive volte all'implementazione del sistema, ovvero gli stakeholder che hanno contribuito a definire gli scenari AS IS e TO BE durante il precedente progetto CIRCUMVECTIO. A questo scopo, sarà importante poter attingere dagli elenchi già in possesso dei partner capofila e

responsabili della comunicazione. Dovranno inoltre essere intercettati e coinvolti tutti coloro che possono avere un interesse specifico o contribuire proattivamente all'utilizzo, alla diffusione e all'implementazione del sistema e che si riconoscono nella vision e negli obiettivi strategici del progetto CIRCUMVECTIO PLUS. Per raggiungere questo target, sarà possibile attingere ad elenchi, effettuare ricerche mirate sul web o sfruttare la rete di conoscenze dirette dei partner e degli stakeholder già contattati.

Gli stakeholder individuati potranno avere un interesse politico, un interesse economico, un interesse professionale, oppure essere potenziali utenti della piattaforma, vale a dire che il loro contesto ambientale e/o sociale potrebbe in qualche modo essere influenzato dai risultati delle attività del progetto CIRCUMVECTIO PLUS. Ad ogni modo, per l'individuazione degli attori chiave si dovrà fare riferimento quantomeno a questi due gruppi:

- Enti pubblici e istituzioni (amministrazioni pubbliche regionali, amministrazioni pubbliche provinciali, decisori politici, interporti, Autorità di Sistema Portuale, Agenzie delle Dogane, partner di progetti)
- Imprese (destinatari delle merci, operatori del trasporto come agenzie marittime, terminalisti portuali, terminalisti ferroviari, spedizionieri doganali, spedizionieri merce e vettori – stradali, marittimi e ferroviari –, MTO - Multimodal Transport Operator, ecc.).

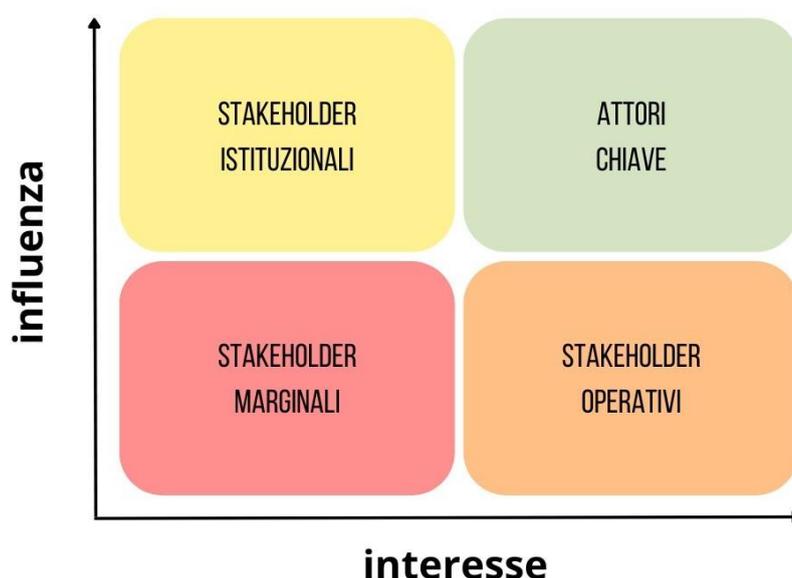
### Indirizzario stakeholder

I dati degli stakeholder selezionati per costruire la rete dei contatti potranno essere inseriti nel template in formato Excel fornito in allegato (Allegato A). I dati da poter inserire consistono in:

- Id (numero identificativo progressivo)
- Scelta multipla tra Ente/Impresa/Istituzione/Altro
- Nome Ente/Impresa
- Area geografica (area di riferimento dello stakeholder)
- Nome e cognome referente dello stakeholder
- Ruolo all'interno dell'Ente/Impresa
- Email
- Telefono
- Partner che ha gestito il contatto
- Scelta multipla tra stakeholder chiave/istituzionale/operativo/marginale (v. paragrafo successivo)
- Note

## Analisi degli stakeholder

Per prevedere diversi livelli di coinvolgimento e garantire la presenza e l'appoggio degli stakeholder più utili all'effettiva diffusione dell'utilizzo della CAMP, è utile realizzare una mappatura degli stakeholder attraverso un'analisi visiva. L'approccio più comunemente utilizzato è quello di considerare l'interesse relativo di uno stakeholder per la questione in esame rispetto al suo livello di influenza su tale questione: per fare questo, è possibile utilizzare una matrice "interesse-influenza", nella quale gli stakeholder sono classificati come attori chiave, stakeholder istituzionali, stakeholder operativi e stakeholder marginali.



Gli stakeholder con alti livelli di interesse e influenza sono definiti **attori chiave** e per influenzare il cambiamento dovrebbe essere data priorità al coinvolgimento attivo di questo gruppo.

Gli **stakeholder istituzionali** sono molto influenti, ma hanno poco interesse nel progetto specifico. Tuttavia, a causa della loro influenza, possono avere un impatto significativo sul successo del progetto: potrebbe essere necessario uno sforzo particolare per coinvolgere questo gruppo.

Gli **stakeholder operativi** hanno alti livelli di interesse nel progetto specifico, ma bassi livelli di influenza. Generalmente è improbabile che questo genere di attori sia in grado di svolgere un ruolo significativo nel promuovere l'attuazione dei risultati di un progetto, tuttavia, nel caso di CIRCUMVECTIO PLUS, ottenere la validazione della piattaforma da parte degli stakeholder operativi

riveste un'importanza significativa. Questi possono essere considerati “difficili da raggiungere”, pertanto potrebbe meritare un'attenzione particolare garantirsi il loro coinvolgimento.

Gli **stakeholder marginali**, infine, hanno scarso interesse o influenza riguardo al progetto e quindi non c'è bisogno di considerarli in modo molto dettagliato o di impegnarsi con loro. Tuttavia, occorre tenere presente che il livello di influenza o interesse può cambiare nel tempo.

### 3. Animazione e sensibilizzazione degli stakeholder

Come già detto, il coinvolgimento degli stakeholder riveste un'importanza fondamentale per la buona riuscita del progetto CIRCUMVECTIO PLUS. È quindi necessario prevedere uno sforzo significativo per raggiungere e coinvolgere quanti più attori prioritari possibile, al duplice scopo di informarli sui vantaggi derivanti dalla gestione efficiente della catena logistica grazie alla digitalizzazione dei flussi documentali, e di ottenere la loro validazione sui servizi offerti dalla piattaforma.

**Target:** stakeholder individuati, con priorità al coinvolgimento di attori chiave, stakeholder istituzionali e stakeholder operativi.

**Modalità di coinvolgimento del target:**

- Individuare l'elenco dei potenziali partecipanti agli atelier, divisi per territorio, distinguendoli in due gruppi: prioritari (attori chiave, stakeholder istituzionali e stakeholder operativi) e generali (stakeholder marginali).
- Predisporre il **materiale** necessario all'animazione e alla sensibilizzazione degli stakeholder:
  - o **Form di iscrizione** all'evento tramite link, interno o esterno alla piattaforma utilizzata, da riportare in tutte le comunicazioni inviate;
  - o **Grafiche** “Save the date” e invito all'evento per la condivisione sui social network;
  - o **Video** di introduzione alla CAMP, per stimolare il coinvolgimento dei portatori di interesse. Per le modalità di realizzazione del video, si rimanda alla sezione apposita (Appendice A – Video);
  - o **Questionario** da far compilare agli stakeholder, allo scopo di ottenere preventivamente alcune informazioni utili al feedback sulla piattaforma sviluppata (Appendice B – Questionario);
- Predisporre una email “Save the date”, in base al territorio di riferimento, da inviare sia agli stakeholder prioritari sia a quelli generali con almeno 15 giorni di anticipo rispetto all'evento. Includere nell'email:

- Video di introduzione alla CAMP (v. Appendice A – Video)
- Link per l’iscrizione all’evento

- Predisporre una mail di invito agli atelier, in base al territorio di riferimento, da inviare sia agli stakeholder prioritari sia a quelli generali con almeno 7 giorni di anticipo rispetto all’evento. Valorizzare l’apporto che la partecipazione degli stakeholder può portare al progetto e le opportunità che l’utilizzo della CAMP offre loro. Invitare al coinvolgimento diretto attraverso la compilazione del questionario. Includere nell’email:

- Scaletta dell’evento
- Video di introduzione alla CAMP (v. Appendice A – Video)
- Link al questionario (v. Appendice B – Questionario)
- Link per l’iscrizione all’evento

- Per gli stakeholder prioritari: programmare una serie di telefonate dopo il secondo invio di email per assicurarsi la partecipazione dei soggetti più rilevanti.

- Inviare una email di recall il giorno precedente all’atelier. Includere nell’email:

- Video di introduzione alla CAMP (v. Appendice A – Video)
- Link al questionario (v. Appendice B – Questionario)
- Link per l’iscrizione all’evento
- Contatto telefonico diretto in caso di difficoltà di accesso alla piattaforma.

- Contestualmente all’invio di email e ai contatti telefonici, programmare un calendario editoriale sui canali social dei partner di riferimento:

- Grafica “Save the date” con link di iscrizione all’evento
- Video di introduzione alla CAMP
- Grafica invito con link di iscrizione all’evento
- Grafica invito all’evento (reminder) con link di iscrizione all’evento

Nel caso di iscritti intercettati attraverso la condivisione sui social, non presenti nell’elenco degli stakeholder, includerli nell’indirizzario per l’invio delle email successive all’iscrizione.

- Il giorno successivo a ogni atelier, inviare una email per ringraziare i presenti della partecipazione e condividere con gli assenti i risultati dell’atelier. Includere nell’email:

- presentazione utilizzata o link allo spazio web dove la si può scaricare.

## 4. Organizzazione degli atelier

Gli atelier sono due eventi territoriali per la presentazione della piattaforma realizzata nell'ambito del progetto CIRCUMVECTIO PLUS agli stakeholder delle aree di Liguria (1° atelier), e Sardegna e Toscana (2° atelier). Per raggiungere il maggior numero di stakeholder, verranno realizzati in remoto, con meeting online su piattaforma ospite. I due atelier si svolgeranno secondo lo stesso schema e saranno organizzati a distanza ravvicinata tra loro alla fine di luglio.

**Obiettivi:** presentare lo stadio di sviluppo dell'innovativa CAMP realizzata nell'ambito del progetto CIRCUMVECTIO PLUS ai portatori d'interesse che possono avere vantaggi dal suo utilizzo e che hanno la possibilità di promuoverne l'uso all'interno delle proprie reti. Fornire tutte le informazioni necessarie per sensibilizzare e coinvolgere attivamente gli stakeholder nella fase di testing e implementazione della Piattaforma e dei relativi servizi. Mostrare, attraverso la proiezione di una demo, tutte le funzionalità dello strumento. Ottenere la validazione degli stakeholder.

### Materiali:

- o **Presentazione** in Power Point realizzata rispettando l'immagine coordinata del progetto, per la presentazione sintetica di CIRCUMVECTIO PLUS, le fasi dello sviluppo della CAMP e i principali vantaggi e funzionalità. Per una strutturazione della presentazione si rimanda all'allegato apposito (Appendice C – Presentazione).
- o **Demo** della CAMP sviluppata da Liguria Digitale per una dimostrazione pratica delle funzionalità e delle modalità di utilizzo.
- o Presentazione e dimostrazione della CAMP attraverso terminali interattivi, allestiti presso il porto commerciale di Bastia, nell'ambito del progetto CIRCUMVECTIO PLUS

**Modalità di realizzazione:** l'organizzazione tecnica degli atelier via web sarà cura della Provincia di Sassari col supporto di Multiss S.p.A., società in house della Provincia di Sassari; a guidare gli atelier sarà Regione Liguria, con il supporto di Liguria Digitale e le Università di Genova e Pisa. Gli atelier saranno organizzati in due parti: la prima di tipo informativo, la seconda più interattiva. Nella prima parte, con l'aiuto di una presentazione e della proiezione di una demo, verranno presentati il progetto, la Piattaforma e il percorso che ha portato alla sua realizzazione, sottolineando le opportunità specifiche per i portatori di interesse. Le risposte ottenute al questionario diffuso via web saranno utili per orientare i relatori nel fornire informazioni specifiche sui punti di interesse e risposte adeguate ai dubbi anticipati dagli stakeholder. La seconda parte sarà invece deputata ai commenti e ai dubbi dei partecipanti che vorranno intervenire, prenotando il proprio intervento attraverso la chat o per alzata di mano. Gli atelier saranno registrati: sarà dunque necessario avvertire in anticipo i partecipanti. Per mantenere il livello di attenzione necessaria da parte dei presenti, la durata di ogni atelier non dovrà essere superiore ai 90 minuti.

L'organizzazione tecnica dei workshop lato francese sarà curata dalla Camera di Commercio e Industria della Corsica, attraverso il Dipartimento Concessioni Portuali; il workshop sarà diretto e condotto dal Dipartimento Concessioni Portuali, con il supporto di Liguria digitale e delle Università di Genova e Pisa.

**Dettaglio dei contenuti:** Disseminazione presso gli stakeholder dei contenuti e dei risultati delle Attività e dei Prodotti realizzati nell'ambito della Componente T1 del progetto CIRCUMVECTIO PLUS e, in particolare, dello strumento Piattaforma, dell'esito delle attività di validazione ingegneristica ed economica della Piattaforma da parte delle Università e, infine, del Business Plan realizzato dall'Università di Genova per la gestione della Piattaforma e l'identificazione dei costi e benefici per gli utenti finali, per le singole filiere e per il sistema complessivo dei trasporti. Saranno messi in evidenza la definizione del mercato, dell'organizzazione, e dei costi e dei ricavi previsionali del potenziale gestore, affinché l'investimento sia sostenibile nel tempo; l'identificazione dei costi e dei benefici riferita all'utilizzo della Piattaforma per i singoli utenti (micro), per le singole filiere (meso) e per il sistema di trasporto nazionale/internazionale (macro); la migliore strategia di marketing (ad esempio una strategia mix push/pull). All'attenzione degli stakeholder dovranno essere evidenziati i vantaggi derivanti da servizi quali: la riduzione di tempi e costi della catena di trasporto; la redazione e lo scambio dei documenti per mezzo della Piattaforma; l'utilizzo di uno strumento interoperabile e agile che consente di effettuare, modificare e cancellare le prenotazioni e di inviare/ricevere notifiche in caso di imprevisto durante la spedizione.

Il coinvolgimento degli stakeholder mirerà infine a ottenere la validazione sul livello di efficienza raggiunto dalla digitalizzazione dei processi ai fini di velocizzare e semplificare la redazione e lo scambio dei documenti, in particolare di quelli doganali di import; sulla verifica delle possibilità, in condizioni di emergenza, di effettuare rapide e agevoli modifiche delle prenotazioni e inviare facilmente notifiche; sui trade off tempi/costi/sostenibilità; sulla facilità di utilizzo dell'interfaccia grafica che deve risultare il più possibile semplice e intuitiva.

#### Scaletta:

- Saluti istituzionali;
- Presentazione del progetto CIRCUMVECTIO PLUS e della CAMP realizzata nell'ambito del progetto;
- Proiezione e dimostrazione della demo della Piattaforma;
- Discussione con i partecipanti;
- Conclusioni.

## 5. Report e analisi del coinvolgimento

L'ultima attività della Componente T2 prevede la realizzazione di un Report sull'attività di stakeholdership engagement, nel quale la Provincia di Sassari e la Chambre de Commerce et d'Industrie de Corse descriveranno i principali risultati dell'attività di engagement e i feedback ricevuti dagli stakeholder in relazione ai servizi della Piattaforma CAMP e ai vantaggi economici potenzialmente derivanti dal suo utilizzo.

## Report

Ai fini della compilazione del Prodotto T2.2.2 “Report sull’attività di stakeholder engagement”, andranno prodotti e raccolti:

- materiale utilizzato per il coinvolgimento degli stakeholder (video, grafiche, presentazioni, ecc.)
- riepilogo delle risposte al questionario
- elenco dei partecipanti ai singoli atelier
- screenshot degli atelier
- registrazione degli atelier
- scaletta degli atelier
- analisi dei principali risultati
- verbale dei feedback degli stakeholder.

## Analisi del coinvolgimento

Il materiale raccolto sarà utile anche ai fini di un’analisi del coinvolgimento degli stakeholder. Come guida all’analisi del coinvolgimento, è possibile rispondere a queste domande:

- Si ritiene di aver raggiunto il target corretto?
- Sono state messe in pratica le modalità di engagement specifiche per i soggetti target degli atelier, così come previste dalla presente metodologia?
- Si ritiene di aver raggiunto gli obiettivi specifici individuati per gli atelier?
- È stata data adeguata conoscenza agli stakeholder dei vantaggi e delle funzionalità della Piattaforma sviluppata?
- Si è riusciti a coinvolgere attivamente gli stakeholder nella fase di testing e implementazione della Piattaforma e dei relativi servizi?
- È stato chiarito ogni eventuale dubbio?
- Si è ottenuta la validazione degli stakeholder?