



ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI
ESPERTI CONTABILI

M I L A N O



FONDAZIONE
COMMERCIALISTI
ODCEC di MILANO

PROGETTI EUROPEI: LE STRATEGIE AZIENDALI PER FARE NETWORKING

SPAZIO A STRATEGIE CON DOPPIA C –
COMUNICAZIONE E CREATIVITA' PER UN
PROGETTO VINCENTE

IDA CIARALLI

12 ottobre 2023

Vi siete sicuramente trovati di fronte ad un bando e vi siete chiesti come scrivere un progetto che si distingue dagli altri e che risulta vincente?



Non c'è bisogno di magie o fortuna, basta seguire alcune linee guida e strategie specifiche.

- 1) **Comprendere bene il bando:** Leggere attentamente, **sottolineare** le keyword importanti e **cercare di capire** a chi si rivolge, quali sono i criteri di valutazione e quale obiettivo deve raggiungere il progetto. **Ogni dettaglio è importante: non trascurare nulla!**
- 2) **Scegliere un'idea originale e pertinente:** avere un'idea originale e creare un progetto che rispecchi le esigenze del bando è fondamentale. Il **progetto deve essere realizzabile, ma anche innovativo.** L'innovazione è uno dei principali criteri di valutazione.

3) Struttura del progetto

Una volta definita l'idea, è il momento di scrivere il progetto. Questo dovrebbe avere una struttura logica e chiara, con un'introduzione, un corpo centrale e una conclusione.

1.Introduzione: Presentare l'idea, l'obiettivo principale, gli obiettivi specifici e i benefici per la comunità o per l'entità che bandisce il progetto.

2.Corpo centrale: descrivere come risolvere le problematiche, i metodi che si utilizzeranno e come saranno allocati i fondi del progetto.

3.Conclusione: Riassumere il progetto, i benefici attesi e la motivazione del perché il progetto dovrebbe essere selezionato.



4) Rispettare i tempi

I bandi hanno sempre delle scadenze da rispettare. È importante rispettare questi tempi e che il progetto sia pronto per essere presentato in anticipo, in modo che si abbiano i TEMPI per rivederlo e perfezionarlo se necessario.



ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI
ESPERTI CONTABILI
M I L A N O



Nella stesura ci sono alcuni punti fermi dai quali partire e che possono guidarci, come una bussola, per essere certi di non allontanarci mai dalla direzione giusta.

- 1) Occorre sempre partire da una *domanda trabocchetto*, cioè uno di quegli interrogativi a cui sembra facile trovare una risposta, ma invece poi richiede tempo e riflessione.

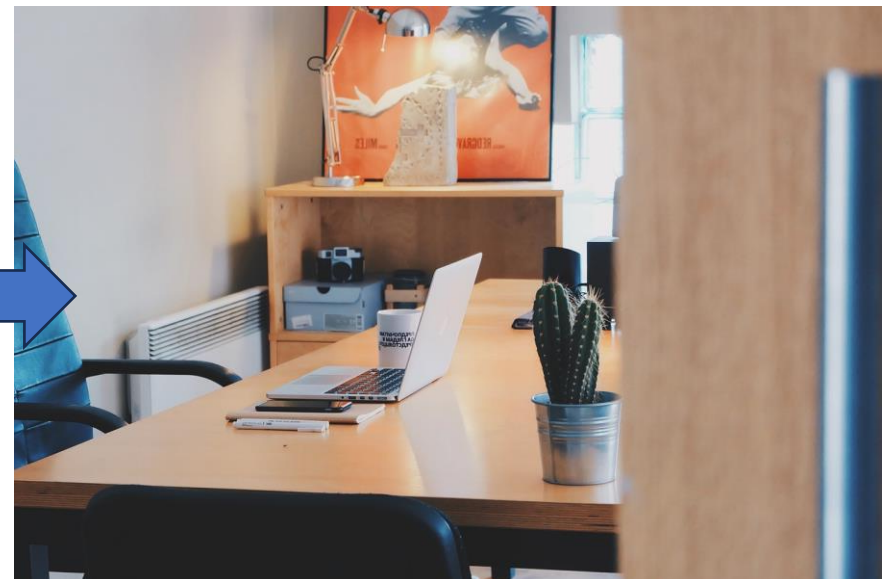


Per quale motivo vogliamo portare avanti questo progetto?
Non si tratta di fare subito l'**analisi degli obiettivi interni**: il quesito ha più a che fare con l'impegno che vogliamo riporre nel progetto stesso. In sintesi, se non siamo noi i primi a crederci, come possiamo pensare che lo farà qualcun altro?

2) C'è bisogno di **fare un po' di ricerca e analisi**, per capire qual è l'**ecosistema nel quale si inserisce il nostro progetto**

3) ***E se qualcuno avesse già messo in pratica quell'idea?***
Dopo aver escluso l'ipotesi di proporre qualcosa di già visto, dobbiamo passare all'**analisi del contesto** e già potremmo capire molto di più quali sono le **reali potenzialità del progetto**, per **definire gli obiettivi**.

L'analisi serve anche per capire come dobbiamo rapportarci al nostro pubblico e torna utile per l'**elaborazione della strategia**, che possiamo mettere a punto solo dopo aver studiato il terreno.



Design del contenuto: estetica ed armonia!

1. scelta di un format nel quale inserire le informazioni del nostro documento: **pagine pulite, con i loghi e i titoli del progetto** riportati in frontespizio e nelle pagine, **niente muri di contenuto**
2. Per quanto riguarda il font, scegliamone uno leggibile e leggero

3. Lettura scorrevole: utilizziamo tutto lo spazio a disposizione sulla pagina, stabiliamo una gerarchia nei testi e **inseriamo titoli e sottotitoli, così come altri elementi grafici**, usati con parsimonia, senza strafare.

Senza distrazioni e di fronte a un testo chiaro e scorrevole i valutatori potranno concentrarci su ciò che a noi sta più a cuore: **il contenuto del nostro progetto.**

La mission di progetto e la sua sostenibilità



Per scrivere un progetto, dobbiamo sempre tener presente quali siano i nostri obiettivi: **possiamo parlare di mission del progetto** come dei passi che sono necessari per arrivare dove abbiamo in mente.

Tutte le nostre azioni, la strategia e le campagne di comunicazione e disseminazione, non dovranno mai discostarsi dalla mission, né entrare in conflitto con essa.

3 parametri di sostenibilità

Sostenibilità ambientale

- a) Come incide sull'ambiente il nostro progetto?
- b) Rispetto a questo punto, ci sono dei fattori critici?
- c) Il territorio potrebbe risentirne, la nostra idea potrebbe avere ripercussioni negative a livello ambientale?
- d) Viceversa, quali sono le ricadute benefiche?

Sostenibilità finanziaria

- a) Oltre al budget iniziale di cui si dispone, sulla lunga distanza il progetto è sostenibile?
- b) O potrebbe trattarsi di un investimento a perdere?

Sostenibilità temporale

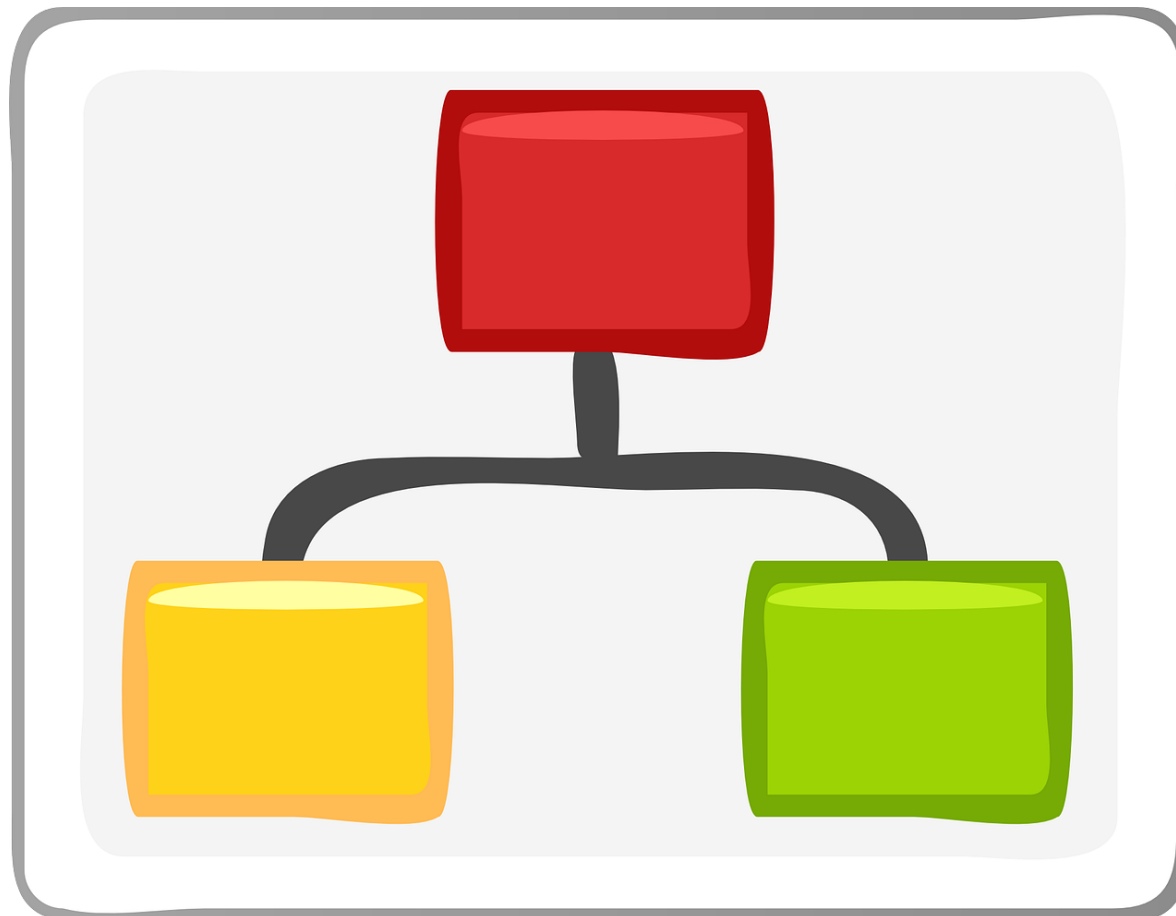
L'efficienza del progetto è duratura nel tempo?



ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI
ESPERTI CONTABILI
M I L A N O



FONDAZIONE
COMMERCIALISTI
ODCEC di MILANO



Cosa dobbiamo fare prima, durante e dopo la scrittura?

1. **Problema iniziale: Alla base di ogni progetto c'è un problema** per il quale aspiriamo a trovare e proporre quella che, per noi, è la **migliore soluzione possibile**
2. **Analisi progetti competitor**
3. **Pianificazione iniziale:** dopo aver individuato il cuore della questione, bisogna passare alla pianificazione: **come pensiamo di procedere, a grandi linee?**
4. **Idea creativa, innovativa e soluzione: un'idea creativa che dovrà convincere i destinatari** a cui sottoporremo il progetto. Quali sono le possibili soluzioni che abbiamo trovato? Come pensiamo di proporle?
5. **Pubblico di riferimento** (beneficiari e destinatari – non sempre sono lo stesso soggetto)
6. **Partnership**
7. **Tempi e costi del progetto**
8. **Bozza progetto e proposta definitiva** (no stress se si rispettano i tempi)
9. **Comunicazione/disseminazione:** strategie per la narrazione del progetto post (serve lavoro di squadra) – target di riferimento – campagna di comunicazione – sfruttare canali adeguati



ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI
ESPERTI CONTABILI
M I L A N O



FONDAZIONE
COMMERCIALISTI
ODCEC di MILANO



Come si presenta un progetto?

1. fare attenzione ai **contenuti, alla forma e alla struttura**, ossia a come viene presentato.
2. **Grafica e design del contenuto** devono rispondere a precisi criteri estetici
 - a) **l'impaginazione deve risultare pulita e ordinata**
 - b) **font chiaro e leggibile**
 - c) **uso dei colori non deve affaticare la lettura**
 - d) Titoli, sottotitoli, spazi e altri elementi grafici devono essere usati con **parsimonia**, sempre con l'obiettivo di agevolare il lettore e rendere il testo più scorrevole.





ORDINE DEI
DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI
ESPERTI CONTABILI
M I L A N O



Ida Ciaralli

Giornalista esperta in politiche europee

ida.ciaralli@gmail.com