

# TESI DI LAUREA: Il futuro dei progetti europei – The future of european projects



Libera Università Maria Assunta, Roma – Dipartimento di scienze umane

Corso di Laurea in Marketing & Digital Communication, Anno Accademico 2017 – 2018

**Il futuro dei progetti europei**  
*The future of european projects*

Tesi di Paolo Marraffa – Relatore Prof. Luca Poma

A questo [link, il testo integrale](#) della Tesi (106 pagine), qui di seguito, il testo dell'**Introduzione della tesi**:

## **Introduzione**

***Il rapporto tra Istituzioni e cittadini: perché comunicare, perché rendicontare***

Il presente lavoro si prefigge di illustrare le strategie comunicative dell'Unione Europea e di individuare e suggerire possibili modifiche degli strumenti di comunicazione, al fine di aumentare l'efficacia nella trasmissione del messaggio dall'Istituzione ai cittadini.

Dopo aver descritto il contesto, le direttive UE, il funzionamento dei fondi, l'attuale rendicontazione dell'UE, i progetti per l'attuazione delle politiche europee, l'attenzione è rivolta su come suggerire miglioramenti da apportare alla comunicazione e alla rendicontazione, come l'introduzione di un "Social Hub Europeo" o di un "bilancio integrato europeo".

Il primo capitolo presenta i fondi europei sia diretti, sia indiretti che si rivolgono principalmente a imprese, professionisti e consulenti e introduce le tecniche e i metodi di progettazione e programmazione per garantire un'alta qualità alle richieste di finanziamento

In particolare, si sofferma sulle modalità di programmazione dei progetti europei da sottoporre ai finanziamenti collegati agli strumenti di maggior interesse per le PMI.

Inoltre sono stati analizzati: Orizzonte 2020, COSME, i fondi strutturali, di investimento e di coesione e i finanziamenti BEI. Successivamente, l'attenzione è ricaduta sulla capacità di accedere ai bandi, sull'analisi delle piattaforme che consentono al pubblico di prenderne visione, valutando anche l'efficacia della stessa.

Riguardo l'efficacia, la progettazione non può prescindere dalla comunicazione, i progettisti devono essere inevitabilmente dei bravi comunicatori.

Le relazioni pubbliche hanno un ruolo fondamentale nello scenario europeo. L'Unione Europea intrattiene delle relazioni con gli altri Stati e in diversi ambiti, come ad esempio quello ambientale, ha effettuato determinati accordi che influenzano l'andamento economico, sociale e ambientale.

Si tratta di una sostenibilità sociale ed ambientale basata su piani di sviluppo, su finanziamenti nei confronti di imprese, enti che attuano nelle diverse micro-realtà queste politiche di innovazione, inclusione, tutela dell'ambiente e crescita

socio-economica. Il Prodotto Interno Lordo presenta dei limiti in quanto non è in grado di valutare lo stato di benessere delle persone, a differenza del Social Progress Index che però esclude le variabili economiche.

Al fine di migliorare l'efficienza dell'apparato amministrativo e l'erogazione dei servizi pubblici, occorre incentivare le misure di trasparenza in ogni singola amministrazione. Le procedure di affidamento dei contratti pubblici devono essere sempre trasparenti, così come l'erogazione dei finanziamenti, al fine di contrastare la corruzione.

Una nuova misura molto trasparente è rappresentata dal bilancio integrato che serve a rendicontare tutte quelle attività sociali che hanno un impatto concreto sull'organizzazione e che possono creare valore per le stesse.

Tra gli strumenti innovativi, ultimamente emerge il social hub che consente una rendicontazione continua, in tempo reale, elaborato da un team di ricercatori italiani ed adottato per la prima volta da GUNA spa, l'azienda farmaceutica leader in Italia nella produzione di farmaci di origine naturale e biologica. Tutti gli stakeholder accedono al social hub, inserendo al suo interno informazioni e dati che vengono poi recepiti dal social hub che si aggiorna in tempo reale e che consente ad ogni utente di esaminare il bilancio integrato in modalità disintermediata, approvvigionandosi di dati numerici e di informazioni relative all'attività dell'organizzazione senza dover domandare alcunché all'organizzazione stessa.

---

# Intervista a SBS Radio – Australia



I microfoni di SBS Radio, l'emittente "Poliglotta" australiana, intervistano Luca Poma, autore – per Franco Angeli editore – del libro "Il sex appeal dei corpi digitali"

Ascolta l'audio:

[http://corpidigitali.it/wp-content/uploads/2015/08/italian\\_160626\\_514647.mp3](http://corpidigitali.it/wp-content/uploads/2015/08/italian_160626_514647.mp3)

---

## Nota sul copyright e sulla

# protezione brevettuale

*Nota sul copyright e sulla protezione brevettuale di questo metodo innovativo di mappatura degli stakeholder come “modello di business”: una prima bozza essenziale di questo lavoro è stata pubblicata in data 09 dicembre 2010, in modalità copyleft. Il saggio riassumeva il “razionale” alla base del metodo, senza illustrare il metodo stesso nel dettaglio. Successivamente – dopo aver avuto contezza di alcune violazioni del copyleft (citazioni e tentativo di utilizzo del metodo senza citare le fonti) – la clausola di protezione della prima versione del saggio è stata modificata da copyleft a copyright. Ancora successivamente, in data 29 novembre 2016, è stata presentata una richiesta di copertura brevettuale come modello di business allo US Patent Office, e contemporaneamente la versione presente online di questo articolo è stata arricchita di tutti i dettagli relativi al metodo, dettagli oggetto di richiesta di copertura brevettuale.*

*In data 31 maggio 2018 è stata infine concessa la patente di brevetto n° US2018/0150852-A1, e l'articolo è stato ulteriormente aggiornato.*

---

## Re BOX



## STARTUP IN PRIMO PIANO



MARCO LEI

L'ospite di questa settimana del mio blog è Marco Lei, co fondatore di [Re Box](#).

***Ciao Marco e benvenuto sul mio blog. Come e quando nasce Re Box?***

L'idea nasce ad agosto del 2015 e lo stimolo è venuto da mio figlio Nathan che all'epoca aveva 9 anni. Una sera eravamo in un ristorante messicano e lui, come spesso accadeva, aveva avanzato la maggior parte di quanto ordinato nel piatto. Noi, come nella maggior parte dei casi, abbiamo chiesto di portare a casa quello che non era riuscito a mangiare e come spesso accadeva il tutto ci è stato consegnato in vaschette di alluminio all'interno di un sacchetto improvvisato. Quella notte mi stavo addormentando e mia moglie Daniela scuotendomi: "Marco, ma visto che in molte nazioni è una pratica consolidata e qui non esiste ancora, perché non facciamo noi la "doggy bag" italiana?". Io ho borbottato qualcosa di incomprensibile. A questo punto lei si è addormentata, io ho passato la notte guardando il soffitto. Alle 5 di mattina mi sono alzato e con forbici e cartoncino è nato il primo prototipo di quella che sarebbe diventata la nostra reFOOD. Successivamente poi nasce anche la reWINE per portare a casa la bottiglia di vino aperta ma non terminata.

***In questa fase il vostro pubblico di riferimento sono i gestori dei ristoranti. Che tipo di risposte state ricevendo?***

Diciamo che la nostra reFOOD si porta dietro una cultura che in Italia non è ancora molto consolidata, la difficoltà principale è far capire al ristoratore che son sempre di più le persone che avrebbero piacere di trovare questo tipo di servizio. L'altro aspetto è il senso di vergogna che l'italiano medio prova nel chiedere di portare a casa quello che non ha terminato. Ormai è risaputo che per il motivo principale di questo blocco è dato dal prodotto. Più del 70% degli italiani sarebbe disposto ad adottare questo atteggiamento se gli venisse proposto un prodotto bello, comodo e pratico per poterlo fare; e non la classica vaschetta in un sacchetto della spesa. Per questa estate i ristoranti che avranno la nostra reFOOD arriveranno a 400 in 33 province e diventeranno 800 entro fine anno.

***Possiamo affermare che, come dimostrano numerose ricerche, cresce la consapevolezza delle persone che il cibo non si spreca. Come vedi il futuro della sostenibilità?***

Ormai siamo arrivati ad un punto tale che l'attenzione verso la sostenibilità è diventata una priorità assoluta, non possiamo più procrastinare. Dobbiamo passare dalla modalità "moda" alla modalità "fare". Non basta dichiarare di voler fare, sventolare bandiere per salvare il pianeta. Bisogna che ogni singolo individuo cominci ad adottare anche piccole attenzioni che però sommate nel tempo possano veramente invertire una rotta decisamente catastrofica. "There is no a Planet B" scrivono, e così è. Il nostro progetto parte proprio da queste considerazioni e basi. È chiaro che il cibo che possiamo "salvare" con le nostre reFOOD non possa risolvere il problema degli sprechi alimentari che si manifesta per più del 50% nell'ambiente domestico, ma è un lavoro culturale sulla singola persona. Se riusciamo a convincere e ad abituare le persone a fare quel piccolo e semplice gesto probabilmente cominceranno a vedere quanto non terminato non più come un qualcosa da buttare via ma come una risorsa. Nel momento in cui avviene questo cambiamento di visuale anche all'interno della propria casa o in altre situazioni l'atteggiamento generale verso il cibo dovrebbe cambiare.

### ***Quali sono i vostri programmi di sviluppo?***

Vista la difficoltà, in questo momento storico, di far comprendere direttamente ai ristoratori la cultura che la nostra reFOOD si porta dietro abbiamo deciso di cominciare a lavorare con le Amministrazioni Comunali strutturando dei progetti sul territorio dove andiamo a lavorare proprio sulla divulgazione della cultura: con i bambini nelle scuole, con i loro genitori, con le associazioni sul territorio e con i ristoratori. Tutto questo mettendo in campo dei contest e dei premi al fine di incentivare degli atteggiamenti virtuosi verso il cibo.

Dopo l'estate dovrebbe partire anche una campagna di *equity crowdfunding* per aumentare l'impatto sia commerciale che culturale e per cominciare a pensare all'internazionalizzazione dei nostri prodotti.

---

## **Traffico esseri umani, il tech fa muro**



***Tech against trafficking è l'associazione fondata da BT, Microsoft e Nokia per la lotta al traffico di esseri umani***

***attraverso la tecnologia. Insieme all'Onu, nel 2018 hanno iniziato a monitorare e lavorare su soluzioni tech per lo sviluppo di una strategia triennale***

Il **lavoro forzato** e la **tratta di esseri umani** colpiscono circa **40 milioni di persone** in tutto il mondo. Un problema diffuso e complesso da affrontare, come ha descritto anche l'ultimo [rapporto](#) del dipartimento di Stato Usa presentato a fine giugno. Per cercare di affrontarlo nel modo più efficace, un gruppo di **aziende tech** insieme a **Onu** e l'organizzazione globale no profit [Business for social responsibility \(Bsr\)](#) si sono unite per lanciare "**Tech against trafficking**", progetto di collaborazione per creare **app e tool specifici** per queste tematiche. I membri fondatori sono **BT, Microsoft e Nokia**, che hanno promosso il dialogo su come la tecnologia può essere utilizzata al meglio per lottare contro la schiavitù moderna, dialogo avviato un anno fa durante un evento di [Wilton Park](#), forum internazionale dedicato alle discussioni su temi strategici del nostro tempo.

Ora la conversazione si è ufficialmente trasformata in azione. «L'evento del Wilton Park sembrava l'inizio di qualcosa di potente – ha commentato sul sito del Bsr **Eric Anderson**, responsabile del modern slavery program presso Bt – Ognuno si è rimboccato le maniche e ha preso appunti. È stato unico riunire diverse prospettive di esperti provenienti da aziende tech e gruppi della società civile di tutto il mondo. Quei tre giorni hanno rivelato le concrete opportunità di fare la differenza e una forte volontà di collaborare per riuscirci. Dovevamo trovare un modo per far sì che continuasse». «Abbiamo bisogno di collaborare più strettamente come industria e unire le forze con esperti nella lotta al traffico per fermarlo – ha incalzato **Laura Okkonen**, responsabile dei diritti umani presso Nokia – **Insieme massimizzeremo l'impatto positivo della tecnologia**».

I primi passi di tech against trafficking nel 2018 serviranno per **mappare e analizzare il panorama** delle attuali iniziative

incentrate sulla tecnologia per affrontare la schiavitù moderna. I **risultati chiave** saranno condivisi pubblicamente **entro la fine dell'anno per poi sviluppare una strategia triennale**. Le potenziali aree di interesse includono **app cloud e mobile** per consentire ai soccorritori, **alla società e ai lavoratori** di sensibilizzare, accedere alle risorse e segnalare problemi. **Hardware di base**, come laptop e smartphone più facilmente disponibili alle **Ong**. **Linee di assistenza nazionali** che aiutano le vittime e fungono da centri di raccolta dei dati. **Analisi di informazioni** e strumenti per affrontare il problema del sovraccarico di dati, utilizzando **AI e big data**. Strumenti di **trasparenza della supply chain** per migliorare la **tracciabilità** e la coerenza agli standard di lavoro.

«È grandioso vedere queste organizzazioni all'avanguardia nel loro impegno contro la schiavitù moderna – ha detto **Andrew Wallis**, direttore del centro anti-schiavitù Unseen –. Portano una quantità enorme di **esperienza tecnica**, oltre a un'enorme **influenza**. La tecnologia offre un potenziale di trasformazione non solo per **interrompere e ridurre** la schiavitù moderna, ma anche per sostenere i meccanismi di **cura e recupero** per i **sopravvissuti**».