

# Guida sul coinvolgimento deliberativo

## Contenuti

Introduzione .....	2
<b>Quali argomenti tratta la guida presente</b> .....	2
<b>A chi è rivolta?</b> .....	2
<b>Che cos'è il coinvolgimento deliberativo?</b> .....	2
<b>Come può esservi utile il coinvolgimento deliberativo?</b> .....	2
Come realizzare un workshop deliberativo .....	4
<b>Prima dell'evento</b> .....	4
Definire le finalità e gli scopi dell'evento .....	4
Comunicare con le PMI .....	5
Pianificare l'evento .....	5
<b>Durante l'evento</b> .....	10
Fare sentire le persone a loro agio .....	10
Stabilire regole di base .....	10
Prendere nota e trascrivere le idee .....	11
Suggerimenti di facilitazione .....	11
Valutazione .....	11
<b>Dopo l'evento</b> .....	12
Follow up .....	12
Reti PMI .....	12
Ulteriori letture e contatti .....	14

## Introduzione

### Quali argomenti tratta la guida presente

Questa guida illustra come riunire le piccole e medie imprese (PMI), allo scopo di risolvere problematiche e preoccupazioni comuni di loro interesse, mediante un [workshop deliberativo](#). La guida fornisce indicazioni molto pratiche su quanto è necessario considerare quando si comunica con le PMI, come organizzare un workshop deliberativo di successo e come sostenere la rete di PMI successivamente.

La guida fa riferimento a una serie di case study svolti in tutta Europa nel 2015/16, come parte di un progetto finanziato dall'UE. Trovate maggiori dettagli sul progetto e i case study qui.

### A chi è rivolta?

La guida si rivolge principalmente a organizzazioni intermedie che lavorano con le PMI. Che cos'è un'organizzazione intermedia? Ci sono diversi tipi di intermediari, tra cui associazioni di categoria, associazioni di appartenenza, autorità municipali, organizzazioni di sviluppo economico, poli di innovazione, reti professionali, ecc. Se la vostra organizzazione opera per sostenere le PMI, in qualche modo siete degli intermediari e questa guida fa per voi! La guida sarà anche di ampio interesse per organizzazioni commerciali, accademici, professionisti della comunicazione e policy maker.

Questa guida tratta solo gli elementi essenziali. Per materiale formativo più dettagliato sul coinvolgimento deliberativo per le organizzazioni intermedie si veda qui.

### Che cos'è il coinvolgimento deliberativo?

Deliberare significa riunirsi per imparare, discutere ed elaborare soluzioni in modo collaborativo. È proprio l'elemento di lavorare insieme, sulla base della discussione e della condivisione di idee, che rende un evento o un workshop 'deliberativo'. L'idea è che i partecipanti prendano parte attiva alle discussioni e facciano proprie le questioni che stanno discutendo.

Il coinvolgimento deliberativo è talvolta usato nel processo decisionale pubblico democratico, ma può essere utile in un certo numero di altri contesti. Consente a una serie di persone, che potrebbero non avere tutte le stesse idee, di lavorare insieme alla risoluzione di un problema. Offre l'opportunità di considerare una questione da un'altra angolazione o di ottenere consenso o sviluppare un punto di vista collettivo.

### Come può esservi utile il coinvolgimento deliberativo?

Le organizzazioni intermedie sostengono le loro PMI in un numero di modi diversi. Ad esempio, può trattarsi di aumentare l'influenza politica o il potere di contrattazione, fornendo consigli su una particolare questione, creando reti di condivisione di conoscenze o sostenendo lo sviluppo economico. Ci sono una serie di modalità con cui il coinvolgimento deliberativo può supportare queste funzioni:

- Il coinvolgimento deliberativo può **supportare la collaborazione** enfatizzando gli interessi comuni e coinvolgendo le PMI direttamente nella risoluzione di problemi.
- Gli eventi di coinvolgimento deliberativo possono aiutare la **creazione di reti PMI**, identificando obiettivi comuni e introducendo nuovi contatti.
- Il coinvolgimento deliberativo può rafforzare il potere delle PMI nel trattare **problemi particolarmente difficili**. A volte chiamati problemi 'perfid', si tratta di questioni impegnative e complesse e non facili da risolvere per le singole organizzazioni, come ad esempio gli impatti sul cambiamento climatico e altri problemi connessi alla sostenibilità del business. La ricerca ha dimostrato che le strategie di collaborazione, che coinvolgono diversi stakeholder, possono essere più efficaci rispetto agli approcci tradizionali nell'affrontare questo tipo di problema.
- Il coinvolgimento deliberativo può contribuire a **comprendere meglio** una questione, condividendo conoscenze ed esperienze tra le organizzazioni.
- Gli eventi di coinvolgimento deliberativo possono, inoltre, **aumentare la fiducia** delle PMI a partecipare a discussioni sulle policy.

Solo perché presenta dei vantaggi, non significa che un evento di coinvolgimento deliberativo sia facile! Deve essere progettato e organizzato bene e si deve fare attenzione ad alcuni problemi potenziali. Questa guida vi illustrerà i passi fondamentali da seguire per realizzare un workshop di coinvolgimento deliberativo di successo e vi consiglierà come gestire le difficoltà.

## Come realizzare un workshop deliberativo

### Prima dell'evento

Un coinvolgimento deliberativo di successo non sarà per caso, soprattutto se voi o le PMI non avete familiarità con questo tipo di collaborazione. È necessario pianificare e preparare l'evento in modo perfetto.

### Definire le finalità e gli scopi dell'evento

Prima di iniziare a pianificare un evento di coinvolgimento deliberativo è necessario avere un'idea chiara del motivo per il quale lo state organizzando e cosa volete ottenere.

Qual è il problema o la sfida da affrontare, e il coinvolgimento deliberativo sarà utile? La deliberazione non è la risposta a tutti i problemi. È più adatta a situazioni in cui un problema o una sfida riguardano diverse PMI, il problema non è semplice e la collaborazione tra le PMI potrebbe aiutare a risolverlo.

Lo troverete molto utile per inquadrare un problema come una domanda chiara che deve trovare risposte. Non esagerate con i temi da trattare in un workshop, concentratevi su una questione particolare.

Troverete anche utile avere un'idea precisa di quale sarà il vantaggio per le PMI che volete coinvolgere. Un business case chiaro per partecipare vi aiuterà a reclutare i partecipanti. Un esempio è il case study seguente:

#### **Case study: affrontare il problema della scarsità di combustibile, UK**

**Organizzatore dell'evento:** l'organizzatore è un grande fornitore di servizi del settore privato, che trasporta gas a 2,7 milioni di abitazioni e aziende in tutto il nord-est dell'Inghilterra. La società opera con una rete di stakeholder delle PMI per affrontare la sfida della scarsità di combustibile tra i loro clienti. Ridurre la scarsità di combustibile è parte della loro responsabilità normativa.

**Problema:** il nord-est dell'Inghilterra presenta uno dei livelli più elevati di scarsità di carburante in Inghilterra.

**Domanda a cui rispondere:** come far sì che le organizzazioni interessate collaborino per ridurre la scarsità di combustibile tra i clienti?

**Scopo dell'evento/risultati:** diffondere conoscenza sul problema della scarsità di combustibile, condividere la buona pratica ed evidenziare aree produttive per la collaborazione.

**Business case:** le risorse dedicate alla lotta contro la scarsità di combustibile sono attualmente disperse e frammentate, e richiedono lo sviluppo di una strategia più unificata da parte degli stakeholder interessati dal problema della scarsità energetica. Collaborazione e condivisione di conoscenze più ampie consentirebbero interventi più efficaci.

## Comunicare con le PMI

Non ha alcun senso realizzare un workshop se le PMI non partecipano! Invitare e richiamare i partecipanti è chiaramente un passo cruciale. Le persone che guidano e gestiscono le PMI sono spesso molto impegnate ed estremamente concentrate sulle esigenze del loro business. Potreste già avere reti e contatti consolidati con le PMI, ma ciononostante ci sono una serie di consigli importanti da seguire se desiderate attirare le persone giuste al vostro workshop:

- Chi è il vostro pubblico target? Ovviamente questo dipende da cosa discuterete nel workshop. Potete essere interessati a un tipo particolare di PMI, o può trattarsi di un mix di diverse organizzazioni allo scopo di ottenere punti di vista diversi.
- Gli invitati devono essere motivati dal tema. Pensate a chi sarà interessato a venire e perché, e ponetevi la domanda: per loro è abbastanza importante in questo momento venire all'evento?
- Come intendete comunicare con le PMI? In generale, è consigliato un approccio personale, ad esempio per telefono o e-mail. Può essere utile, se con le vostre PMI funziona, utilizzare media come LinkedIn o Facebook, ma è comunque probabile che un approccio personale farà la differenza.
- Avere una buona reputazione come intermediari e una relazione esistente con le PMI aiuterà ad attirare persone all'evento.
- Si consiglia, inoltre, di fare uso di reti di altre organizzazioni per contattare le PMI. Questo potrebbe essere utile se desiderate attirare quelle PMI che sono più difficili da raggiungere.
- Utilizzate un linguaggio chiaro e semplice durante la comunicazione.
- Date alle PMI un'idea delle altre organizzazioni che inviterete - potrebbe incoraggiarle a partecipare.

## Pianificare l'evento

Il progetto dell'evento dovrebbe seguire i vostri obiettivi. Avete già deciso il motivo per cui state organizzando questo evento e cosa volete ottenere. Tenetelo chiaramente in mente al momento di pianificarlo.

Alcuni punti generali da considerare:

### **In quale ora del giorno tenere l'evento, per quante ore e dove?**

Poiché i proprietari e dirigenti delle PMI sono persone impegnate, il workshop dovrebbe essere abbastanza breve, idealmente 2 - 3 ore. Più ore e per alcuni potrebbe essere difficile partecipare. Pensate al momento migliore della giornata per tenere il workshop: le PMI preferirebbero un evento durante il giorno o di sera?

Quando selezionate una location non complicate la vita ai vostri ospiti. Pensate se è pratico arrivare in auto (ci sono buone possibilità di parcheggio?) e con i trasporti pubblici. Pensate se sarà meglio per le PMI trovarsi in un ambiente più rilassato (ad es. un bar o un pub) o in una location formale (ad es. la sala conferenze di albergo). Nella nostra ricerca di case study abbiamo scoperto che far ospitare l'evento a una PMI presso la loro sede è stato un punto a favore per le altre PMI.

## Quante persone invitare?

Questo dipende dai vostri obiettivi e da chi è necessario coinvolgere, ma ci sono alcuni punti generali da ricordare. State per chiedere a delle persone di essere coinvolte in discussioni e probabilmente non saranno a loro agio a farlo in gruppi molto grandi. Quando pianificate l'evento pensate a come suddividere i partecipanti in piccoli gruppi per favorire la discussione. Ad esempio, si dovrebbero formare gruppi di discussione di circa 6 - 8 persone. Forse volete invitare più persone al workshop, e questo va bene, ma è necessario riflettere attentamente sull'organizzazione, in modo che i partecipanti interagiscano e discutano i problemi.

## Redigere la pianificazione

Sarà molto utile preparare un event planner con i punti chiave (vale a dire ciò che deve essere preparato prima dell'evento e quando). Non sottovalutate quanto tempo sarà necessario per eseguire alcuni compiti preparatori prima dell'evento – concedetevi molto tempo per pianificare in anticipo. Può essere più difficile di quanto pensiate attirare le PMI, perciò datevi tempo e risorse sufficienti per farlo.

Approfittate di software gratuiti per la pianificazione di eventi che potete scaricare da Internet – sono utili per compiti amministrativi chiave e comunicazioni. Ma ricordate: pianificate in modo chiaro e semplice.

Sarà anche molto utile - anzi, essenziale - scrivere il progetto per il workshop (vale a dire che cosa accadrà, e quando, durante il workshop). È necessario includere le tempistiche per assicurarsi di avere abbastanza tempo per ogni fase, come il benvenuto, l'introduzione, eventuali presentazioni, discussioni di gruppo, sessione di feedback, ecc. Un modello di struttura del processo semplice e dettagliato è incluso nel [materiale di formazione](#).

## Chi faciliterà l'evento?

La maggior parte degli eventi di coinvolgimento deliberativo richiedono una forma di facilitazione. Un facilitatore è colui che guida e supporta un evento senza dettare la natura della discussione o gli esiti. Il suo ruolo è quello di aiutare i gruppi di lavoro a superare i problemi, garantire a tutti l'opportunità di partecipare alle discussioni, rispettare le tempistiche e mantenere l'attenzione sulle finalità e gli obiettivi dell'evento.

Sarà necessario avere un facilitatore esperto per il vostro evento. Può essere qualcuno della vostra organizzazione, oppure potete coinvolgere un facilitatore indipendente. Se prevedete che alcune discussioni saranno conflittuali o difficili, avere un facilitatore indipendente potrebbe essere utile. Un buon punto di partenza, se siete alla ricerca di un facilitatore esterno, è il [sito web](#) dell'Associazione Internazionale dei Facilitatori.

Assicuratevi che il facilitatore sia ben informato e a suo agio nella gestione del processo deliberativo.

## Come sapere quale tecnica deliberativa usare?

Il vostro facilitatore dovrebbe essere in grado di aiutarvi a scegliere l'approccio migliore. Non dimenticate gli obiettivi del vostro workshop e le persone che parteciperanno.

È probabile che le PMI (e voi!) non abbiano familiarità con questo metodo di lavoro. Se questo è il caso, vi accorgete che l'utilizzo di una tecnica semplice è probabilmente l'approccio migliore. La semplicità vi aiuterà anche con le tempistiche, visto che probabilmente il workshop non durerà molto a lungo.

Sono disponibili una serie di tecniche deliberative 'off-the-shelf'. Potete adattare una per soddisfare le vostre circostanze. Trovate di seguito alcuni esempi di tecniche 'off-the-shelf'. Oppure potete progettare il vostro approccio personale, con la consulenza del vostro facilitatore.

Qualunque sia l'approccio utilizzato, troverete utile ricordare queste linee guida generali per una buona deliberazione:

- L'evento deve fare la differenza
- Deve essere condotto con integrità e apertura
- Personalizzatelo alle circostanze e progettatelo per soddisfare le vostre finalità e i vostri obiettivi
- Coinvolgete il numero e il tipo di persone adeguati
- Trattate i partecipanti con rispetto e valorizzate il loro contributo
- Date priorità alla discussione, all'apprendimento e al feedback dei partecipanti
- Assicuratevi di rivedere e valutare l'evento in modo tale da poter migliorare la pratica
- Tenete i partecipanti informati sui risultati o coinvolgeteli a tal fine

## Workshop deliberativi

I workshop deliberativi sono discussioni di gruppo facilitate che offrono ai partecipanti l'opportunità di discutere un problema in profondità, scambiare le rispettive opinioni e ampliare i propri punti di vista/argomenti allo scopo di sviluppare una posizione informata. I workshop deliberativi possono aiutare a comprendere meglio il pensiero delle PMI partecipanti, il loro ragionamento e come le loro opinioni potrebbero cambiare con nuove informazioni.

Maggiori informazioni e consigli sull'organizzazione di un workshop deliberativo si possono trovare al link seguente:

- Participation Compass -<http://participationcompass.org/article/show/153>

## Tecnologia Open Space

Con Tecnologia Open Space, nota anche semplicemente come Open Space, si intendono eventi con un tema centrale intorno al quale i partecipanti impostano l'ordine del giorno per una discussione. I partecipanti sono invitati a elencare gli argomenti che verranno discussi in stanze o spazi separati dedicati e a partecipare alle discussioni di maggiore interesse, in cui

ritengono di poter dare un contributo o imparare qualcosa di nuovo. Questo metodo è noto come 'la legge dei due piedi', cioè vai dove ti portano i piedi.

Questa tecnica offre moltissimo controllo ai partecipanti. È utile per costruire rapporti e un senso di comunità, ma non è così utile quando si tratta di raggiungere un risultato specifico.

Per maggiori informazioni e consigli sull'organizzazione di un evento Open Space:

- Participation Compass - <http://participationcompass.org/article/show/140>
- Open Space World - <http://www.openspaceworld.org/files/tmnfiles/2pageos.htm>

## World Café

Il World Café è un metodo che si svolge tradizionalmente in un Café, ma può avere luogo in qualsiasi spazio. I problemi sono discussi in piccoli gruppi intorno a un tavolo per circa 20 minuti. I partecipanti sono spesso invitati a registrare le loro conversazioni in modo creativo, ad esempio con annotazioni su tovaglioli di carta. Quando il tempo è scaduto, i membri del gruppo si siedono ad un altro tavolo e si uniscono a quella discussione. Una persona, 'il padrone di casa', rimane seduto al tavolo e riassume le discussioni ai nuovi partecipanti.

Ogni turno inizia con una domanda specifica relativa all'obiettivo generale dell'evento. Le stesse domande possono essere utilizzate per più di un turno o possono collegarsi tra loro. Cambiare tavolo significa introdurre le idee degli altri partecipanti in tutte le discussioni. Il processo si conclude quando tutti si riuniscono in una plenaria per riassumere le idee principali e discutere le possibilità di follow-up.

Per maggiori informazioni e consigli sull'organizzazione di un evento World Café:

- Participation Compass - <http://participationcompass.org/article/show/166>
- The World Café - <http://www.theworldcafe.com/key-concepts-resources/world-cafe-method/>

## Conversation Café

Il Conversation Café è un metodo di dialogo rilassato, che invita le persone a prendere parte a discussioni su temi di attualità in un ambiente informale. Il ruolo dell'organizzatore è principalmente quello di accogliere i partecipanti, per quanto possa anche prendere parte all'evento come partecipante. Le discussioni sono a flusso libero e con poca facilitazione. Un 'oggetto parlante' è spesso passato di mano in mano, consentendo solo alla persona in possesso dell'oggetto di parlare.

Questa tecnica incoraggia il networking e stimola il dibattito e le idee. Si tratta di un buon metodo da utilizzare con gruppi che condividono valori o interessi simili ed è meno adatto per temi controversi o gruppi ostili.

Maggiori informazioni e consigli sull'organizzazione di un evento Conversation Café:

- Participation Compass - <http://participationcompass.org/article/show/156>



- Conversation Café - [http://www.conversationcafe.org/?page\\_id=231](http://www.conversationcafe.org/?page_id=231)
- National Coalition for Deliberation and Dialogue - <http://ncdd.org/rc/wp-content/uploads/2010/06/ConvCafeHostManual.pdf>

## Dialogue

Dialogue si riferisce a un processo che riunisce una serie di stakeholder per discutere un problema, individuare un terreno comune e cercare soluzioni reciprocamente vantaggiose. È spesso usato per la risoluzione di conflitti. Gli stakeholder vengono coinvolti nell'individuazione del problema, mettendo a punto metodi e ricercando soluzioni. Si tratta di una tecnica adatta ad argomenti controversi, ad esempio negoziare la competizione inter-industry.

Dialogue si svolge principalmente attraverso una serie di workshop e incontri, permettendo di costruire fiducia in un arco di tempo. Può quindi essere piuttosto intenso in termini di tempistiche. I processi Dialogue sono molto flessibili e variano a seconda della natura del problema affrontato e di chi è coinvolto.

Maggiori informazioni e consigli sull'organizzazione di un evento Dialogue:

- Participation Compass - <http://participationcompass.org/article/show/130>
- National Coalition for Deliberation and Dialogue – <http://ncdd.org/rc/what-are-dd>

## Action Learning

Action Learning è un processo in cui i partecipanti studiano le proprie azioni ed esperienze allo scopo di approfondire le conoscenze, risolvere i problemi e migliorare le prestazioni. Ogni partecipante ha l'opportunità di descrivere il proprio problema al resto del gruppo, ricevere consigli e decidere i punti di azione in cui impegnarsi. I partecipanti che non espongono, anziché risolvere i problemi autonomamente, aiutano il partecipante a comprendere meglio il suo problema e le opzioni a sua disposizione. Questa tecnica deve essere messa in pratica in piccoli gruppi e funziona meglio se i gruppi si incontrano a intervalli regolari.

È un modo utile per affrontare comportamenti radicati e scoprire soluzioni creative per risolvere un problema. Si tratta di una buona tecnica per affrontare i problemi più comuni da cui tutti possono imparare, ad esempio, per gestire il comportamento del consumatore difficile.

Maggiori informazioni e consigli sull'organizzazione di un evento Action Learning:

- Participation Compass- <http://participationcompass.org/article/show/168>

Un elenco più esauriente di diverse tecniche di coinvolgimento deliberativo è disponibile <http://participationcompass.org/article/index/method> e <http://ncdd.org/rc/>

## Durante l'evento

Avete programmato il vostro evento con cura e avete ottenuto una buona risposta dalle PMI invitate. Quali sono le cose importanti a cui pensare durante l'evento e quali sono alcuni dei problemi da considerare?

### Fare sentire le persone a loro agio

Le persone, di natura, diventano ansiose se si tratta di frequentare eventi di gruppo e possono esserlo in modo particolare se non hanno familiarità con gli approcci deliberativi. Pertanto, fate sentire benvenuti i partecipanti e metteteli a loro agio. Cibo e bevande sono sempre un ottimo modo per accogliere i partecipanti, date loro il tempo di chiacchierare e conoscersi l'un l'altro in modo più rilassato.

Spesso è utile 'rompere il ghiaccio' all'inizio del workshop, per aiutare le persone a rilassarsi. Ci sono molti modi per farlo e il vostro facilitatore sarà in grado di suggerirne alcuni. Un esempio è quello di raggruppare i partecipanti in coppie, farli presentare l'uno all'altro, e quindi chiedere che ciascuno di loro introduca il proprio partner al resto dei presenti. Potreste anche utilizzare questo momento come un'opportunità per chiedere ai partecipanti di spiegare cosa sperano di ottenere dal workshop.

### Stabilire regole di base

Gli eventi di coinvolgimento deliberativo a volte possono innescare conversazioni difficili, a seconda delle questioni e delle persone presenti nella stanza. Spesso ci sono moltissimi argomenti da coprire in un breve lasso di tempo, le differenze di opinione possono causare conflitti all'interno di un gruppo o alcuni partecipanti possono dominare le discussioni e impedire ad altri la partecipazione. Un modo per gestire queste potenziali difficoltà è impostando delle regole di base all'inizio dell'evento, allo scopo di illustrare come si svolgerà l'evento e come dovranno comportarsi i partecipanti. È anche buona consuetudine invitare i partecipanti a contribuire con qualsiasi cosa ritengano dovrebbe essere inclusa nelle regole di base.

Alcuni esempi di regole di base sono:

- Far parlare una persona alla volta
- Rispettarsi reciprocamente – l'opinione di tutti è importante
- Osservare le tempistiche
- Essere onesti

Naturalmente è anche cruciale una buona facilitazione per gestire questo processo.

Spiegate chiaramente all'inizio come verranno utilizzate e condivise le informazioni generate dall'evento, e ciò che i partecipanti potrebbero aspettarsi in termini di attività future - questo contribuirà a generare un senso di finalità e direzione.

Gestite le aspettative inerenti al processo. Al termine dell'evento il risultato può non essere ancora definitivo se il problema in discussione è particolarmente complesso.

## Prendere nota e trascrivere le idee

È importante assicurarsi che le discussioni e le idee che si sviluppano nel corso dell'evento vengano trascritte, in modo tale che possano essere richiamate o incorporate in un rapporto successivamente. Sugeriamo di chiedere ai partecipanti di annotare conversazioni e idee su flip chart o post-it, uno degli organizzatori dell'evento può fare la parte del verbalizzatore oppure qualcuno può prendere appunti creando un registro più dettagliato delle discussioni. Gli eventi di coinvolgimento deliberativi spesso utilizzano tutte queste tecniche.

Al fine di assicurare che il registro dell'evento rifletta con precisione ciò che viene trattato, la persona che prende appunti o il verbalizzatore dovranno verificare che i partecipanti siano soddisfatti di quanto trascritto e dare loro la possibilità di descrivere le cose con loro proprie parole.

## Suggerimenti di facilitazione

Il vostro facilitatore sa come preparare l'evento, ma qui trovate alcuni suggerimenti per contribuire al successo dell'evento:

### **Voci dominanti per un forte coinvolgimento**

Un problema che gli organizzatori di eventi di coinvolgimento deliberativo spesso affrontano sono i diversi livelli di interesse dei partecipanti. Mentre alcuni partecipanti possono avere molte cose da dire, con il rischio di dominare le discussioni, altri potrebbero restare in ombra e non inserirsi pienamente nel processo. Questi comportamenti possono essere gestiti da una buona facilitazione e progettando l'evento in modo tale da incoraggiare tutti a partecipare, ad esempio con discussioni in piccoli gruppi.

### **Preparazione del partecipante**

Per contribuire a rendere l'evento produttivo potrebbe essere utile che i partecipanti si preparino in anticipo. Ciò è particolarmente valido se si utilizza una tecnica come l'Open Space, in cui l'ordine del giorno è più aperto e guidato dai partecipanti. In questo caso, si potrebbe chiedere ai partecipanti di annotare su una lavagna i loro argomenti suggeriti durante il processo di registrazione e incoraggiare gli altri partecipanti a consultarla prima che inizi il workshop.

## Valutazione

Assicuratevi di far valutare il vostro evento, per verificare se ha efficacemente raggiunto gli obiettivi. Questo vi aiuterà anche a migliorare la pratica futura. Ulteriori indicazioni sulla valutazione sono disponibili nel materiale di formazione.

Ricordatevi di chiedere ai partecipanti un feedback prima di lasciare il workshop!

E ricordate...divertitevi sempre!

## Dopo l'evento

Realizzare un evento deliberativo di successo dipende, in egual misura, da ciò che accade prima e dopo l'evento.

Vi sono una serie di azioni che dovranno essere intraprese al termine dell'evento:

### Follow up

Quando pianificate il vostro workshop, pensate in anticipo a quali risultati volete ottenere. I partecipanti devono lasciare il workshop sapendo ciò che accadrà dopo. In alcuni casi possono essere azioni concordate durante il workshop. Qualche tipo di relazione scritta o blog possono essere condivisi con i partecipanti in seguito. Tutto dipende dallo scopo del vostro workshop.

Ci saranno alcuni semplici atti di cortesia di cui occuparsi, come ringraziare i partecipanti in modo più formale e comunicare i passi successivi, ad esempio con un'e-mail di follow-up.

Assicuratevi di mantenere l'interesse suscitato nel workshop. I partecipanti non vi ringrazieranno se vedono i propri sforzi sprecati. Mantenete le promesse e ricordatevi le scadenze - fate ciò che avete detto e susciterete fiducia.

### Reti PMI

Forse una delle ragioni per cui vi state rivolgendo alle PMI in questo modo è creare una rete di PMI in grado di proseguire l'approccio collaborativo e problem-solving avviato durante il workshop.

E forse un workshop deliberativo non è sufficiente, soprattutto se affrontate problemi complessi. Sugeriamo, quindi, di condurre un workshop di follow-up per proseguire la collaborazione.

Potreste anche voler incoraggiare, e supportare, lo sviluppo di una rete di collaborazione più autosufficiente, in modo tale che le PMI possano proseguire la collaborazione. Potreste scoprire che le PMI sono disposte a contribuire con le proprie risorse, soprattutto se intravedono dei vantaggi.

Un esempio delle condizioni che possono aiutare a creare una rete di PMI è il case study seguente:

### **Case study: workshop PMI sul risparmio energetico, Danimarca**

**Organizzatore dell'evento:** gli organizzatori sono due autorità comunali e un centro di sviluppo di business. Uno dei comuni ha esperienza di collaborazioni strategiche per ridurre il consumo di energia nella sua area. L'altro comune sta cercando di sviluppare l'assistenza alle aziende in merito al loro consumo di energia, mentre il Centro di Sviluppo Business supporta l'innovazione delle imprese.

**Problema:** l'UE ha fissato obiettivi ambiziosi per la riduzione di carbonio, ma come è possibile stimolare le PMI a contribuire a questa sfida? In che modo organizzare una discussione con le PMI per conquistare il loro interesse?

**Domanda a cui rispondere:** come possono le PMI ridurre il loro consumo di energia e risparmiare denaro?

**Scopo dell'evento:** condividere esperienze e idee tra le PMI sul risparmio energetico e valutare l'interesse per la creazione di una rete di risparmio energetico.

**Risultato:** le PMI hanno attivamente partecipato alla discussione perché ha un impatto diretto sulla loro redditività. Hanno riconosciuto il valore di far parte di una rete di risparmio energetico e si sono offerte di aiutare a finanziare la creazione della rete. Considerando l'evento in termini di risparmio dei costi e stimolando le PMI a condividere le loro idee per la riduzione di energia, gli organizzatori sono stati in grado di coinvolgere le PMI su un importante problema legato al clima.

## Ulteriori letture e contatti

Potete trovare ulteriore materiale sui temi discussi in questa guida nelle seguenti risorse:

- Materiale di formazione per organizzazioni intermediarie
- Il rapporto sui case study del progetto finanziato dall'UE che hanno contribuito a questa guida

Potete trovare ulteriore materiale sulle organizzazioni che hanno preso parte a questo progetto, e contattarle, ai link seguenti:

**Leeds Business School, Leeds Beckett University, UK:** <http://www.leedsbeckett.ac.uk/>

Contatto: Professor Ralph Tench [r.tench@leedsbeckett.ac.uk](mailto:r.tench@leedsbeckett.ac.uk) o Paul Willis, Direttore, Centro per gli Studi sulle Pubbliche Relazioni [p.a.willis@leedsbeckett.ac.uk](mailto:p.a.willis@leedsbeckett.ac.uk)

**The Foundation for European Initiatives, UK:** <http://www.tfei.org.uk/>

Contatto: Dr P A Quantock [info@tfei.org.uk](mailto:info@tfei.org.uk)

**Laboratorio di Ricerca in Economia e Management, Università di Udine, Italia:**  
<http://www.cego.uniud.it/it/ricerca/laboratori-di-ricerca/larem.html>

Contatto: [larem-rp@uniud.it](mailto:larem-rp@uniud.it)

**Varna Economic Development Agency, Bulgaria:** <http://www.veda-bg.eu/>

Contatto: [office@veda-bg.eu](mailto:office@veda-bg.eu)

**Department of Business Communication, Aarhus University, Danimarca:**  
<http://bcom.au.dk/>

Contatto: Professor Finn Frandsen [ff@bcom.au.dk](mailto:ff@bcom.au.dk)

**The Involve Foundation, UK:** <http://www.involve.org.uk/>

Contatto: Clive Mitchell [clive@involve.org.uk](mailto:clive@involve.org.uk)

**Global Alliance for Public Relations and Communication Management, Svizzera:**  
<http://www.globalalliancepr.org/>

Contatto: [info@globalalliancepr.org](mailto:info@globalalliancepr.org)