



REGIONE SICILIANA

INDAGINE DEMOSCOPICA MULTISCOPO

Misurazione e monitoraggio della conoscenza

*dell'attuazione delle politiche comunitarie da parte dei cittadini siciliani e della
funzione di accountability della Regione*

ESITI INDAGINE QUALITATIVA

Brainstorming 1 settembre 2023





La presente relazione si inserisce nel più ampio disegno dell'indagine volto a *“misurare e monitorare la conoscenza dell’attuazione delle politiche comunitarie da parte dei cittadini siciliani e della funzione di accountability della Regione siciliana”* che consta di due approcci, uno quantitativo e uno qualitativo.

L’approccio qualitativo è stato previsto con due tipologie di raccolta delle informazioni: alcuni focus group in cui soggetti competenti dell’argomento trattato vengono stimolati e guidati da facilitatori, e due brainstorming su argomenti specifici emersi dai focus group. Il brainstorming presenta una struttura meno formalizzata sia per la qualifica dei partecipanti che non necessariamente deve far riferimento a esperienze con i fondi strutturali ma dovevano presentare competenze in ambiti connessi agli argomenti proposti nel brainstorming, e una maggiore libertà di comunicazione per permettere ai partecipanti di esprimere in maniera assolutamente non vincolata da domande o puntuali richieste da parte del facilitatore, il maggior numero possibile di idee sullo specifico problema. Dall’insieme delle idee, più o meno concretizzabili, si tenderà a estrarre quelle che si ritengono più fattibili e utili per migliorare il processo di comunicazione da parte dell’Amministrazione. Come indicato nel piano operativo, *“l’obiettivo del brainstorming è, infatti, quello della produzione di nuove idee possibili”*.

Nell’ambito dei focus group svolti, i cui partecipanti presentavano un buon livello di conoscenza dei fondi FESR, è emersa quale criticità lo scarso utilizzo dei social media che oggi, soprattutto a detta dei destinatari della comunicazione, rappresentano uno strumento fondamentale per la diffusione/acquisizione di informazioni. Si è pertanto deciso di trattare il tema nell’ambito del primo Brainstorming.

Tra i partecipanti al brainstorming, tenuto in modalità videoconferenza il giorno 1 settembre 2023, hanno partecipato la dott.ssa Isabella Munda, esperta in progettazione europea e senior media manager per il Dipartimento Ambiente dell’INGV, il dott. Massimo Maniscalco, imprenditore, presidente di Ucid Sicilia, il prof. Salvatore La Rosa, presidente AIDU Sicilia e direttore di una rivista di education.

L’incontro si è aperto con la presentazione dei partecipanti e del loro background professionale. I facilitatori hanno descritto brevemente l’attività di indagine, i suoi obiettivi e il percorso fin qui svolto, e successivamente hanno introdotto il tema oggetto del Brainstorming ovvero *“La comunicazione attraverso il sito internet”*.





L'incontro si è svolto in due fasi. Nella prima fase i partecipanti si sono soffermati sulle criticità riscontrate nell'ambito della loro esperienza professionale, criticità che erano già state riscontrate nei vari focus group e che rappresentano lo spunto di partenza per la seconda fase del brainstorming, ovvero quella della elaborazione di soluzioni e nuove proposte. Le criticità individuate sono: comunicazione in ritardo rispetto alle tempistiche previste dai bandi, sito internet sovraccarico di informazioni, poca chiarezza delle informazioni.

Le soluzioni proposte dai partecipanti riguardano due percorsi differenti. Il primo ha a che fare con l'intero processo, dalla costruzione del bando alla comunicazione finale.

Secondo i partecipanti potrebbe essere opportuno partire da esperienze esistenti, che hanno visto la creazione di un vero e proprio gruppo di lavoro composto dagli stessi beneficiari dei bandi. Il gruppo di lavoro ha di fatto collaborato all'elaborazione del bando, per renderlo a misura di beneficiario. Semplificando questo primo aspetto, che da sempre viene identificato come criticità, si passa alla fase della comunicazione. L'approccio bottom up ha consentito che i destinatari fossero già preparati con largo anticipo e che la diffusione delle informazioni avvenisse in maniera puntuale e mirata. In questo caso si tratta di un percorso già rodato, che i partecipanti identificano come *best practice*.

Il secondo percorso invece è strettamente connesso al processo comunicativo e agli strumenti da privilegiare. I social media sono stati protagonisti di questa seconda fase, per la loro diffusione e per le loro caratteristiche. Secondo i partecipanti infatti, i social media rappresentano uno strumento efficace per la diffusione di informazioni poiché oggi fanno parte della vita di ciascuno di noi. Il loro utilizzo in maniera strutturata e professionale, faciliterebbe i potenziali beneficiari e al contempo consentirebbe alla Regione di assolvere al meglio la sua funzione di accountability nei confronti dei cittadini siciliani.

Viene evidenziata la complessità relativa alla gestione di questi strumenti. Bisogna individuare delle figure esperte in materia di social media management, che possano elaborare piani di comunicazione efficaci. Questi piani servono a strutturare l'attività social, partendo anzitutto dall'individuazione del social da utilizzare. Ogni social infatti presenta delle peculiarità: target di riferimento, tipologia di contenuti diffusi al suo interno, linguaggio utilizzato (formale/informale).

Ogni canale necessita di una gestione differente da parte di figure altamente specializzate.

Anche su questo fronte i partecipanti ritengono che la Regione debba investire nella costruzione di questa nuova figura professionale, dal profilo altamente specializzato, ovvero quella del social media manager.

I partecipanti offrono anche degli spunti sulla tipologia di contenuti da diffondere. Anche in questo caso si è partiti da una criticità, ovvero quella della gestione e dell'utilizzo dei sistemi informativi dedicati per proporre una possibile soluzione. La Regione infatti potrebbe creare e diffondere un





ciclo di video “tutorial” ciascuno contenuto in pochi minuti, da diffondere tramite Facebook o Youtube, all’interno dei quali spiega come funzionano i sistemi informativi in modo da supportare i beneficiari in questa complessa fase. Un altro strumento efficace e immediato potrebbe essere quello dei reel di Instagram, che si rivela molto utile quando è necessario diffondere in maniera capillare una informazione.

A conclusione dell’incontro i partecipanti ribadiscono la necessità di investire, anche finanziariamente, in queste forme di comunicazione, istituendo all’interno della Regione un ufficio dedicato a queste funzioni in tutti gli assessorati e direzioni chiave, per raggiungere il pubblico più ampio e, soprattutto, per accorciare le distanze che la separano dai cittadini.


EUROFIERE s.r.l. unipersonale
Via Convento, 2 p.t.
98062 FICARRA (ME)
C.F. e P.IVA: 02576680835

