

## **Engaging Youth in Sustainable Energy Planning (EYES)**

# **O2.1. Strategia per il coinvolgimento del target group**

WP2 Engagement of the target groups

Task 2.2. Campagna di mobilitazione



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## 1. Concept del Progetto

Il progetto EYES integra e valuta un metodo innovativo per coinvolgere i giovani nella pianificazione energetica locale. Perché?

Il cambiamento climatico è una sfida a livello globale che influenzerà soprattutto le nuove generazioni. Le autorità locali attraverso i loro piani strategici sono i leader maggiori in questa lotta. Coordinazione e integrazione nella pianificazione strategica dei processi sono importanti per l'efficienza e l'efficacia delle azioni delle autorità locali.

Di solito le nuove generazioni non hanno voce in capitolo, da un certo punto in poi, se si tratta di clima e pianificazione energetica. In più le comunità vulnerabili sono quelle che soffriranno maggiormente gli effetti del cambiamento climatico avendo anche più difficoltà nell'essere ascoltati. Per cui, i giovani provenienti da comunità vulnerabili rappresentano sia un settore della società difficile da raggiungere che svantaggiato sotto questo punto di vista. Questo si riflette nella povertà energetica, che sta diventando un problema radicato nei paesi dell'UE.

Il progetto EYES per rispondere alle problematiche menzionate intende integrare e valutare un metodo innovativo per aumentare la partecipazione giovanile nella pianificazione locale di sei città pilota: Granollers in Spagna, Sonderborg in Danimarca, Nspoli in Italia, Lione in Francia; Cyeszyn in Polonia e Varna in Bulgaria.

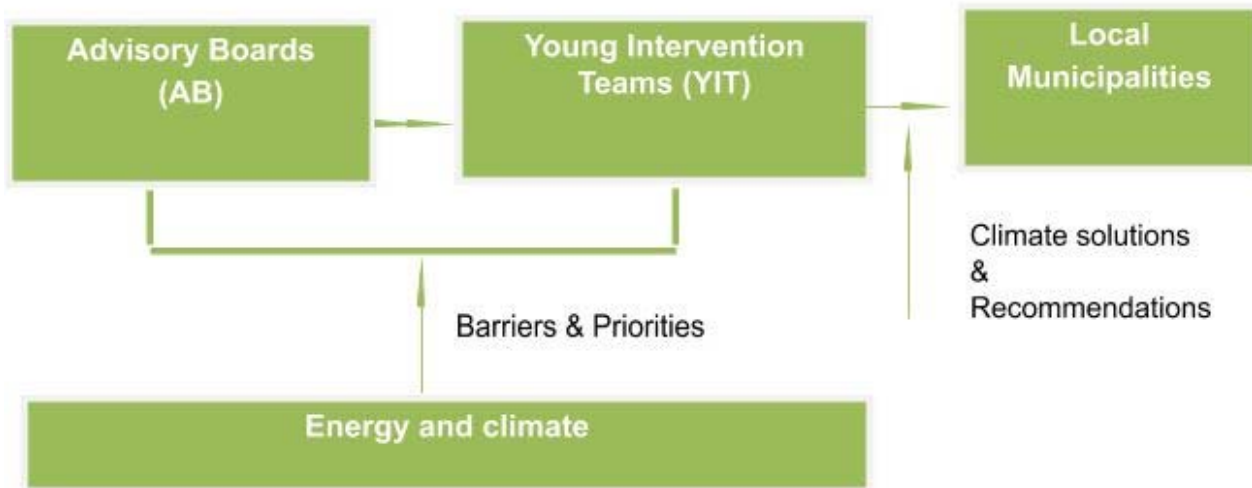
Attraverso un supporto collettivo degli stakeholder Advisory Board (AB durante il resto del documento) sarà stabilito un network di ragazzi Youth Intervention Teams (YIT durante il resto del documento) che lavoreranno per identificare le maggiori difficoltà, le priorità dei giovani e le loro paure per quanto riguarda il cambiamento climatico e per trovare delle soluzioni volte a creare delle Raccomandazioni, per le forze politiche, su efficienza energetica e pianificazione climatica. Il processo di partecipazione aiuterà questi giovani a migliorare proprie capacità di apprendimento e nel raggiungimento di una coesione internazionale e nell'approccio disciplinare per quanto riguarda gli strumenti per la pianificazione locale.

## 2. Coinvolgere i giovani nella pianificazione climatica

Nonostante ci sia stato un aumento nella lotta al cambiamento climatico in tutta Europa e nel mondo, materializzatasi con la nascita di gruppi come Fridays for Future, Extinction Rebellion e altri, il coinvolgimento dei giovani nella lotta al cambiamento climatico è ancora una sfida se vogliamo andare oltre la semplice denuncia e se vogliamo canalizzare l'impegno in azioni specifiche costruttive. Coinvolgere gruppi di giovani in situazioni difficili (HTRG) è una sfida ancora

più difficile, e in questi movimenti in Europa non troviamo questa tipologia di giovani(o almeno nelle rappresentanze).

Nel complesso la metodologia EYES comprende differenti steps:



Il documento pone il focus sugli apprendimenti ottenuti durante l'implementazione delle prime due fasi del progetto:

- L'identificazione dei gruppi bersaglio
- Lo sviluppo di Strategie di coinvolgimento

### **Definire cosa significa gruppo con situazione difficile in ogni contesto:**

Il primo passo nello sviluppo della metodologia EYES è stato definire le strategie per ogni città pilota per raggiungere i giovani e nello specifico quelli con situazioni difficili. La prima barriera vera e propria è stata definire cosa si intendesse per giovani con situazione difficile visto che ogni città ha realtà diverse. Per cui il primo passo per ogni pilot è stato dare la propria definizione di giovane con situazione difficile basata sui propri contesti in modo da creare la giusta strategia per coinvolgerli. In alcuni gruppi è stato definito nei giovani disoccupati, in altri i migranti sono stati definiti come profilo più importante, in altri i giovani disabili sono stati inclusi, etc. Il primo passo è importante, aiuta a dare forma alla strategia generale per coinvolgerli, usando i giusti messaggi, i giusti canali di comunicazione e comprendendo eventuali difficoltà e le loro motivazioni per il coinvolgimento.

In alcuni casi, quando le prime attività con i membri dello YIT sono state implementate, i ragazzi stessi hanno suggerito delle strategie per raggiungere altri gruppi di ragazzi con situazioni difficili

che non erano state pensate dai partner. Come ad esempio la possibilità di contattare giovani al riformatorio e usare il progetto per reintegrarli nella società. La metodologia EYES potrebbe aiutarli a stabilire relazioni positive con altri giovani con background differenti e con la municipalità, aiutandoli a evitare atteggiamenti distruttivi nei confronti della società o dei politici, e a creare e sviluppare un senso di appartenenza alla comunità locale.

### **Barriere nel coinvolgimento dei giovani nella pianificazione municipale:**

Sono molte le barriere riscontrate il processo di coinvolgimento dei giovani nelle attività della municipalità, e il primo punto su da enfatizzare è che le barriere non vengono solo dai ragazzi ma anche dalle municipalità stesse e dai membri dello staff. Per cui la strategia di coinvolgimento sviluppata per il progetto EYES descrive un processo di mutuo apprendimento, dove sia l'amministrazione che i giovani comprendano le necessità altrui e non un apprendimento verticale guidato dalla municipalità e seguito dai ragazzi. Questa ipotesi è stata confermata quando le attività degli YIT sono state implementate mostrando allo staff municipale modi differenti di pensare e di raggiungere i giovani della città, oltre ad una spiccata creatività nello sviluppo di soluzioni.

Il primo workshop internazionale è stato organizzato a Sonderborg (Danimarca) nel settembre 2019 con la partecipazione di un membro dello YIT per ogni pilot. E' Stato molto utile per identificare barriere comuni e le diverse barriere per ogni gruppo (municipalità e giovani). Durante un'attività comune le municipalità e gli YIT hanno individuato le maggiori difficoltà riguardanti il coinvolgimento dei giovani nella pianificazione locale, ma era chiaro che entrambi i gruppi condividevano le stesse preoccupazioni. Entrambi i gruppi senza che fossero condizionati da idee precedenti hanno identificato come due dei problemi maggiori: comunicazione e conoscenza delle modalità di partecipazione alla vita cittadina.

Per essere più precisi sono stati concretizzati come segue:

#### **A) Barriere percepite dalle municipalità nel coinvolgimento dei giovani:**

##### **Barriere di comunicazione:**

- Mancanza o scarsa conoscenza all'interno della municipalità di creare messaggi pensati e canali di comunicazione dedicati ai giovani soprattutto per gli HTRG, sia per quanto riguarda le tematiche ambientali sia per la partecipazione come cittadinanza attiva.
- Le municipalità devono incrementare la trasparenza e i feedback trasmessi al cittadino in modo da aiutarli a sapere cosa succede attorno a loro.
- Risulta complicato andare oltre gruppi già motivati



- E' importante capire come raccogliere le opinioni dei giovani e comprendere I loro metodi di valutazione in modo che la municipalità possa coinvolgerli meglio.

**Barriere per la partecipazione della cittadinanza:**

- C'è una mancanza di informazione sui processi di partecipazione e sulle differenti fasi, regole, etc.
- Bisogna sviluppare un rapporto di fiducia e c'è la necessità di capire il punto di vista delle nuove generazioni.
- E' importante mettere in mostra il valore della partecipazione giovanile nelle pubbliche decisioni.
- E' fondamentale conoscere un modo per gestire le aspettative.

**B) Barriere percepite dal gruppo di giovani per il coinvolgimento nelle attività della pianificazione municipale:**

**Barriere per la partecipazione giovanile:**

- Mancanza di conoscenza sui processi e sugli impatti.
- Mancanza di conoscenza su casi in cui la partecipazione giovanile ha portato risultati.

**Barriere nella comunicazione:**

- C'è bisogno di comprendere le mutue esigenze (rifiuto delle richieste dei giovani).
- C'è bisogno di linee guida più chiare su cosa le municipalità fanno e come partecipare.

**Educazione:**

- C'è una mancanza di educazione sui cambiamenti climatici nei curriculum formali.

**L'Advisory Board come modello**

EYES coinvolge in ciascun comune pilota un gruppo di esperti, l'Advisory Board, in cui i membri fungono da modelli di riferimento per i giovani dello YIT. Il loro ruolo previsto è principalmente relativo a :

- Fornire e trasferire conoscenze: partecipazione a seminari a seconda delle loro conoscenze e / o competenze
- Convalida degli indicatori qualitativi su competenze e abilità acquisite dai membri YIT lungo il processo EYES
- Motivatori e modelli di riferimento, persone di riferimento per porre domande o chiedere aiuto (tramite e-mail, telefono o riunioni)

La prima serie di profili comprendeva esperti e professioni pubbliche delle seguenti aree:

- Educazioni
- Servizi sociali
- Giovani
- Migranti
- Ambiente
- Partecipazione attiva

Dopo che il processo è stato completato in tutti i progetti pilota, abbiamo scoperto che altri profili devono essere considerati per rafforzare l'Advisory Board:

- Molti partner hanno finito per cercare una collaborazione con partner attivi nel campo delle scienze sociali, principalmente università o professionisti che lavorano soprattutto in sociologia, etnologia, antropologia. Per indirizzare e coinvolgere i giovani, dobbiamo comprendere meglio i loro sistemi di valori per personalizzare le strategie per i diversi profili. Gli studi etnografici e antropologici possono dare un prezioso contributo in tal senso, in particolare quando ci si vuole rivolgere l'HTRG (Hard group to reach). Ciò è stato ritenuto utile per i profili HTRG ma anche per supportare i membri YIT nelle loro attività per comprendere meglio le barriere e le paure percepite dai diversi gruppi di giovani al fine di poter includere tali opinioni nelle future raccomandazioni al comune
- Un altro profilo che inizialmente non era stato incluso, ma alla fine molte città pilota hanno invitati giornalisti o esperti di comunicazione, per guidare i membri dello YIT nelle campagne di comunicazione per coinvolgere altri giovani.
- Anche il ruolo delle organizzazioni senza scopo di lucro è stato ritenuto necessario, al fine di supportare i giovani nella difesa delle loro raccomandazioni di fronte a adulti e decisori più anziani ed esperti.

### **Design delle strategie di coinvolgimento:**

Per il design finale delle strategie di coinvolgimento molte cose devono essere prese in considerazione:

- Il profilo HTRG definito per ogni pilot

- La grandezza della municipalità o regione (è molto differente per l'area metropolitana di Lione rispetto a municipalità più piccole)
- Iniziative passate e presenti e politiche relative al progetto
- Iniziative locali e leader locali dell'area pilota
- Piani locali e prospettive future della municipalità
- Risorse municipali e dipartimenti coinvolti

Si raccomanda di consultare l'AB per le strategie di coinvolgimento di gruppi diversi basandosi sulla loro esperienza, creare anche delle sessioni di co-creazione in modo da farli sentire più coinvolti in ogni fase del progetto essendo parte di tutto il processo di creazione.

### **Valutazione Iniziale:**

Un altro fattore da considerare ai fini del progetto è una valutazione di base delle conoscenze e skills dei membri dello YIT per avere un riscontro dei progressi alla fine. Questo può essere importante per coinvolgere i partecipanti che dando informazioni personali si possono sentire parte integrante del progetto. La valutazione verrà divisa in 2 punti:

- Knowledge, Conoscenze, fattori motivanti e barriere: Può essere valutato con un breve questionario alla fine e all'inizio del progetto.
- Skills acquisite: questo punto è più qualitativo e sarà valutato non attraverso indicatori definiti ma attraverso l'opinione dei partner e dell'AB utilizzando un approccio retrospettivo.

## **4.4. Napoli, Italia**

### **A. Cosa è stato fatto per coinvolgere e far partecipare i gruppi target?**

#### ***Advisory Board***

La strategia di coinvolgimento dei membri dell'Advisory Board, messa in campo da ANEA, si è basata sull'utilizzo di diversi canali per verificare chi poteva mostrare interesse. Dal momento che ANEA è coinvolta in numerosi progetti europei e, in tal senso, collabora con esperti, trovare membri per la costituzione dell'Advisory Board è stato più facile. Il processo di individuazione e reclutamento è avvenuto attraverso i seguenti canali:

- i frequenti contatti utilizzati da ANEA per l'organizzazione delle principali attività svolte, come sessioni di conferenze, workshop, seminari, corsi di formazione, tavole rotonde





- una lettera di coinvolgimento inviata via e-mail a ciascun membro identificato, con la possibilità di prevedere una frase che richieda un sostituto, nel caso il referente individuato abbandoni
- incontri informali dedicati che ANEA organizza nella propria sede (a partire da ottobre fino a dicembre saranno organizzati due incontri informali per raggiungere la composizione finale del gruppo)

## **YIT**

La strategia per l'individuazione dei membri dello Youth Intervention Team si è basata:

- attraverso il coinvolgimento dei professori universitari, membri dell'Advisory Board
- attraverso il coinvolgimento di ONG come membri dell' AB che diffondono l'obiettivo del progetto attraverso un altro gruppo di giovani, composto da disoccupati con istruzione di base di diversa estrazione (economica e sociale)
- attraverso un incontro informale organizzato a luglio 2019, sono stati coinvolti i giovani che hanno mostrato interesse per le questioni ambientali anche se non hanno un'istruzione adeguata a riguardo
- I giovani coinvolti a luglio hanno rivestito un effetto moltiplicatore diffondendo l'obiettivo del progetto e la modalità di adesione attraverso i loro coetanei

## **B. Lezioni apprese**

### **AB**

#### ***1) Il funzionamento della reputazione e delle reti già consolidate***

ANEA ha utilizzato la sua rete di contatti composta da tecnici e professionisti, da cui sono stati identificati i membri AB. Ciò ha facilitato la loro partecipazione perché già a conoscenza delle attività dell'ANEA e quindi si sono uniti per sostenere l'ANEA in questo progetto. I membri del gruppo AB sono stati identificati per le loro conoscenze nel campo dei cambiamenti climatici, efficienza energetica, protezione dell'ambiente e capacità di formazione. Hanno quindi una notevole esperienza nelle attività relative allo scopo del progetto.

La partecipazione dell'ANEA ad altri progetti europei ha facilitato quindi la formazione del gruppo AB.

#### ***2) Le sfide della vita reale politica e della pubblica amministrazione dovrebbero essere prese in considerazione durante la pianificazione***

Il coinvolgimento del Comune di Napoli ha rallentato il processo di avvio delle attività; in particolare un grande evento come la Summer Universiade ed alcuni cambiamenti politici nel governo (che si

sono riflessi anche a livello locale). Questi fattori hanno ostacolato la loro partecipazione. Poiché l'ANEA è controllata dal Comune, l'Agenzia ha dovuto attendere la disponibilità del personale, delle risorse, ecc. che è diventata una barriera per lo svolgimento delle attività locali. Pertanto, una lezione appresa per l'implementazione di tale metodologia è quella di attendere il momento politico giusto per garantire l'impegno politico e, di conseguenza, cercare di adattare e attuare le migliori pratiche condivise con altri partner.

### **3) Un mix di discipline e competenze è fondamentale**

Inoltre, un'altra lezione appresa è rappresentata dal fatto che all'interno del gruppo AB, i membri appartenenti alle Università, hanno un approccio più accademico; al fine di avere un approccio più dinamico e interattivo, dopo due riunioni dei membri AB, il gruppo è stato ampliato anche con un giovane facilitatore esperto in dinamiche di gruppo e giovani

#### **YIT**

1. Il coinvolgimento del comune di Napoli (Assessorato alle politiche giovanili) e l'instabilità politica possono essere considerati una lezione appresa; ragion per cui l'ANEA ha deciso di coinvolgere i giovani attraverso i propri veicoli e canali a disposizione
2. Il coinvolgimento dei giovani che lavorano con ANEA e quindi sono interessati alle tematiche del progetto
3. La capacità dei membri dello YIT di coinvolgere altri giovani coetanei perché sentono molto forte la necessità di saperne di più sui cambiamenti climatici
4. Il coinvolgimento degli studenti della Facoltà Green Economy che è la prima e unica università in Italia a insegnare questi argomenti
5. La consapevolezza che il passaparola continua a essere un mezzo straordinario ed efficace di promozione e diffusione
6. La capacità dei giovani di affrontare il tema del cambiamento climatico da un diverso punto di vista, ad esempio dal punto di vista digitale e della comunicazione o andando in strada per identificare meglio le esigenze della città in termini di pianificazione sostenibile

#### **C. Quali sono stati le principali motivazioni per il coinvolgimento**

##### **Per i membri dello YIT**

- Ricoprire un ruolo fondamentale del processo di rinnovamento che coinvolge le loro città e i loro spazi pubblici
- Essere orgogliosi di diffondere questa idea ad altri colleghi coetanei



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



- Far parte di un movimento mondiale (FridayForFuture che è un gruppo di azione locale composto da studenti napoletani, così come evvenuto in altre città italiane)

#### **Per i membri dell'AB**

- Interesse per le tematiche affrontate dal progetto
- Diffondere l'idea di sostenibilità ambientale attraverso i giovani
- Possibilità di sensibilizzare le giovani generazioni a preservare un mondo migliore per la prossima generazione

## Conclusioni sulla fase di coinvolgimento

Considerando gli output proposti nell'ambito del programma di inclusione sociale Erasmus+ dopo questa fase di coinvolgimento dei giovani abbiamo trovato alcune raccomandazioni utili per affrontare le difficoltà specifiche nell'ambito dei **bisogni delle nuove generazioni e nel come promuovere la cittadinanza attiva**:

1) Per partecipare alla lotta al cambiamento climatico hanno bisogno di metodi efficaci e conoscenza della materia, che loro pensano di non avere, perciò crediamo che maggiore conoscenza debba essere fornita sia nell'educazione formale che informale alla lotta al cambiamento climatico. I membri dello YIT hanno identificato quelle che credono essere le skills e le conoscenze che pensano di necessitare dai membri dell'Advisory Board e possono essere riassunte come segue:

- Skills dedicate alla comunicazione, e alla veicolazione del messaggio ma anche sul come mantenere l'attenzione pubblica su un argomento nel tempo.
- Migliorare le skills basate sulla leadership.
- Strategie di network e skills per ingaggiare figure di spicco e influencers nazionali in campagne per il clima (come presentarsi, come "vendere un progetto", etc.)
- I giovani pensano di necessitare skills per la ricerca, come scrivere chiaramente, e come parlare alle municipalità o con gli attori sociali con esperienza e responsabilità
- Migliorare le skills per parlare in pubblico
- Conoscenze specifiche sul cambiamento climatico per persone che non studiano materie scientifiche (ad esempio studenti di giornalismo o comunicazione)

La maggioranza delle barriere incontrate sono ricollegabili alla mancanza di opportunità per sviluppare determinate skills, più che alla mancanza di conoscenze sull'argomento, in quanto i giovani sono abituati al cercare e analizzare informazioni da internet. Ma hanno bisogno di essere coinvolti in attività volte a sviluppare skills specifiche (primo fra tutti il pensiero critico, necessario per scovare e analizzare informazioni da fonti diverse ed individuare quelle più affidabili). Ci aspettiamo che l'implementazione delle attività del WP3 fornisca una soluzione per lo sviluppo di queste skills, ed il tutto sarà poi valutato nel WP4.

Queste barriere identificate dai membri dello YIT e dalle municipalità sono state considerate durante la progettazione delle attività pilota per gli YIT del WP3, quindi sono state adattate alle reali necessità dei giovani.

- 2) Migliorare la comunicazione fra le municipalità e i giovani:
  - o Creare nuovi canali di comunicazione adatti alla routine dei giovani, pensati per diefferenti gruppi di giovani (usare il giusto social network e altri canali di comunicazione)
  - o Adattare i messaggi, usare il loro linguaggio (contenuti basati su immagini, memes)
  - o Spiegare meglio le modalità di partecipazione alle scelte importanti a livello locale.
- 3) Insegnare e fornire informazioni ai giovani cittadini sul processo di decision-making a livello locale (altrimenti posso soltanto fornire un feedback quando ormai gli output sono già stati decisi).
- 4) Insegnare e aumentare la consapevolezza all'interno delle municipalità dell'importanza della partecipazione giovanile e sul come comunicare e creare fiducia fra diversi gruppi di giovani.
- 5) Migliorare la trasparenza ed il feedback sui progetti locali implementati dalla municipalità e creare strategie di coordinamento con iniziative già esistenti.

Altri bisogni di apprendimento identificati durante questa fase che sono indirettamente collegati al topic "Bisogni delle nuove generazioni e come promuovere la cittadinanza attiva", ma che sono utili per implementare i processi di partecipazione come metodologia pedagogica sono:

- 6) Il progetto non ha solo identificato i bisogni dei giovani, ma anche quelli dello staff municipale. Per sviluppare la cittadinanza attiva abbiamo bisogno che i servizi pubblici:
  - o Capiscano i differenti gruppi di giovani cittadini,
  - o Diano importanza alla partecipazione giovanile nelle pubbliche decisioni,
  - o Abbiano la giusta conoscenza e le giuste skills per rapportarsi con i giovani.

Durante il progetto, abbiamo identificato un altro fattore che riteniamo chiave e che deve essere affrontato per coinvolgere i giovani nella pianificazione locale.

- 7) Per quanto riguarda questo particolare topic sulla lotta al cambiamento climatico, abbiamo riscontrato all'interno dei gruppi pilota EYES un maggiore coinvolgimento delle donne rispetto agli uomini in tutti i paesi. Dovrebbero essere ricercate nuove strategie per il coinvolgimento maschile e per trovare fattori motivazionali per loro. Nel caso dei gruppi pilota YIT, il progetto EYES può anche essere visto come un allenamento per ottenere skills, competenze, autostima e leadership per le donne che fanno parte del progetto, e per l'eventuale creazione di contatti fra donne impegnate in

queste attività a favore del clima e delle politiche locali. Tuttavia , ciò potrebbe essere circostanziale e se la metodologia venisse applicata in altri contesti potremmo ottenere profili diversi.

8) Molti paesi pensano allo YIT (lo “strumento” di partecipazione giovanile) come un gruppo aperto dove i giovani possono andare e venire. Può essere difficile mantenere una partecipazione costante, ma con questo approccio aperto è più facile adattarsi ai differenti stadi della vita dei giovani, e aumentare la partecipazione nelle politiche locali nonostante gli impegni. Con il range di età con cui EYES ha a che fare, il profilo del giovane può ritrovarsi con esami da sostenere, lavori temporanei, etc., per questo dare flessibilità nella partecipazione può essere un incentivo.

9) Inoltre, molte delle municipalità sono d'accordo nell'avere un confine sottile fra membri dell'AB e dello YIT, e sulla possibilità di avere ruoli diversi(ad esempio un membro dello YIT con una buona conoscenza dei social network può creare un workshop per insegnare agli altri membri dello YIT come se fosse un membro dell'AB). Crediamo che, se gli stessi giovani agiscono come modello da seguire, l'intero gruppo può comprendere al meglio l'obiettivo e acquisire le conoscenze trasferite, perché riescono ad identificarsi meglio con i propri pari rispetto a degli adulti molto competenti ma molto diversi da loro.

10) Diversi pilots hanno trovato difficoltà nel raggiungere gli Hard To Reach Group (gruppi di giovani in situazioni difficili) per inserirli nel gruppo iniziale di YIT così hanno reclutato giovani motivati per farli agire da “ambasciatori climatici” che attraverso l'uso degli stessi mezzi di comunicazione, stesso linguaggio, e sfruttando l'identificazione nei propri pari colmeranno questo gap.

11) Crediamo anche che se l'Advisory Board, che agisce da modello per questi giovani, è composto da giovani, ma con una maggiore conoscenza e professionalità, sarà più facile comunicare e interagire con loro. Questo può essere utile anche per lo staff coinvolto in quanto possono imparare nuove strategie di coinvolgimento e comunicazione mirate ai giovani.

12) Le strategie per il coinvolgimento possono essere molto differenti non solo considerando le condizioni culturali e socio-economiche diverse, ma considerando anche la grandezza della municipalità che implementa l'azione. Troveremo strategie molto diverse fra i grandi pilots (ad esempio l'area metropolitana di Lione) a confronto con realtà più piccole (ad esempio Sonderborg, dove è più difficile raggiungere le persone all'infuori di altre iniziative climatiche già in atto).



- 13) Per le strategie di coinvolgimento chiamate passive non sembrano funzionare, c'è bisogno di un approccio proattivo per il coinvolgimento di leader e figure di spicco locali per arrivare a differenti gruppi di giovani.
- 14) Per convincere gli esperti a partecipare all'Advisory Board volontariamente, c'è bisogno di basarsi su alcune strategie:
- Presentare un piano convincente delle necessità e dei risultati attesi
  - Cercare sinergie con il lavoro giornaliero dei membri dell' Advisory Board
  - Fornire una qualche sorta di riconoscimento
  - Presentare dall'inizio chiaramente impegni e compiti, dando però spazio a loro per contribuire alla co-creazione delle attività a cui parteciperanno.