



Regione Molise
Piano di Rafforzamento Amministrativo (PRA)
POR Molise FESR FSE 2014 - 2020

Intervento formativo/informativo per operatori dell'informazione

**OLTRE LE SIGLE: PER UNA DIVERSA
COMUNICAZIONE DEI FONDI EUROPEI**

Alessandro Vaccari

Campobasso, 24 novembre 2021

Le parole chiave della nuova comunicazione 1/2

PRIORITÀ

La comunicazione fa parte del processo decisionale.

La comunicazione fa parte del ciclo del project management: dalla programmazione, della selezione dei progetti, della valutazione e della gestione del budget.

La comunicazione è parte integrante del ciclo della programmazione dei fondi.

PROFESSIONALIZZAZIONE

Sviluppare competenze e professionalità interne.

Evitare una gestione eccessivamente istituzionale della comunicazione o l'affidamento a società esterne.

Investire sul capitale umano e sulle competenze, attrarre risorse giovani e specializzate.

Creare professionalità per i social media.

LINGUAGGIO

Semplificare e rendere chiari concetti complessi.

Modificare il tecnicismo dei fondi, senza gergo o burocratese.

Modificare il linguaggio di bandi di gara, siti web, comunicazione social e di ogni prodotto di comunicazione per i cittadini.

Le parole chiave della nuova comunicazione 2/2

PARTNERSHIP

Concertare le attività con i partner che supportano lo sviluppo del programma: le istituzioni europee, lo stato nazionale, le regioni, i beneficiari dei progetti, i soggetti del «partenariato» (autorità pubbliche locali, parti economiche e sociali, società civile).

ENDORSEMENT

Sfruttare il principio del *Third party endorsement* : coinvolgere soggetti terzi sulla comunicazione.

Coinvolgere i beneficiari nella narrazione delle azioni completate.

Coinvolgere o far nascere influencer.

Cosa cambia con la prossima programmazione 2021-2027

I CAPISALDI

1

La comunicazione è parte integrante del ciclo progettuale, uno degli indicatori (insieme a sorveglianza, controllo, audit, valutazione).

2

Stati membri e Regioni protagonisti nell'organizzazione di eventi per l'apertura di grandi progetti finanziati dall'UE e lo sviluppo di piani di sensibilizzazione sui media sociali.

3

Semplificazione su tutto: unico marchio e unico portale

4

La comunicazione è veicolo di trasparenza

I principi fondanti

1

La comunicazione sull'Unione europea è una responsabilità comune degli Stati membri dell'UE, dei governi a tutti i livelli e delle istituzioni dell'UE.

2

Bisogna aumentare il dialogo e l'interazione con i cittadini in merito alle politiche e alle questioni relative all'Unione europea.

3

Le istituzioni dell'UE devono collaborare più strettamente sulle campagne di comunicazione istituzionale basate su valori europei condivisi

4

Unire le forze per contrastare la disinformazione con una comunicazione dell'UE fondata sui fatti

5

Promuovere l'insegnamento e l'apprendimento dell'Unione europea a tutti i livelli di istruzione

Comunicare e aumentare la visibilità della UE

Tutti i beneficiari dei fondi europei hanno l'obbligo generale di riconoscere l'origine dei finanziamenti dell'UE e garantirne la visibilità, con la declinazione opportuna.

Tutti i programmi europei mirano ad attuare le priorità politiche dell'UE, da indicare nella comunicazione (dal quadro d'insieme al particolare).

Tutte le attività di comunicazione vanno pianificate, in relazione a finanziamenti o contesti:

- ✓ **piano di comunicazione e diffusione dettagliato**
- ✓ **Guide per i siti web, gli account social media e i materiali di comunicazione**
- ✓ **Organizzazione di eventi on site e on line**
- ✓ **Relazioni con i media**
- ✓ **Strategia e PR sui Social Media**
- ✓ **Ideazione di strumenti di comunicazione stampati o digitali (pannelli, locandine, card ecc)**

Comunicare e aumentare la visibilità della UE

- **Utilizzo corretto dell'emblema UE per evidenziare il sostegno dell'Unione ben visibile, inalterato, di dimensioni uguali ad altri loghi se presenti (linee guida link)**
- **Uso informazioni corrette**
Da fonti ufficiali e pagine web dell'Unione
- **Coinvolgimento dell'UE**
se il progetto ha un notevole impatto mediatico, è di importanza strategica, ha un notevole valore finanziario

Comunicare i 5 obiettivi, per un'Europa...

più intelligente ■

mediante l'innovazione, la digitalizzazione, la trasformazione economica e il sostegno alle piccole e medie imprese

più verde ■

priva di emissioni di carbonio grazie all'attuazione dell'accordo di Parigi e agli incontri della COP 26 e agli investimenti nella transizione energetica, nelle energie rinnovabili e nella lotta contro i cambiamenti climatici

più connessa ■

dotata di reti di trasporto e digitali strategiche

più sociale ■

secondo il pilastro europeo dei diritti sociali, per sostenere l'occupazione di qualità, l'istruzione, le competenze professionali, l'inclusione sociale, un equo accesso alla sanità

più vicina ai cittadini ■

grazie alle strategie di sviluppo gestite a livello locale e allo sviluppo urbano sostenibile in tutta l'UE.

BRAND DA SVILUPPARE

DICITURE

Europa in...

l'Europa in Italia

**l'Europa in
NOME REGIONE**

Fondi europei

senza specifiche

I Social Media per la Comunicazione



Parte integrante nella pianificazione, strumenti di servizio pubblico, alleati per una smart city a portata di cittadino.

Servizio al cittadino: accorciano le distanze, aumentano la fiducia, rendono l'istituzione più semplice e a portata di smartphone.

Grazie
ALESSANDRO VACCARI
avaccari@anpalservizi.it