



Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA

ACCOMPAGNAMENTO PITEM COMUNICAZIONE TORINO – 26 FEBBRAIO 2019



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

Autorité de gestion / Autorità di gestione
ALCOTRA 2014-2020

ORDINE DEL GIORNO

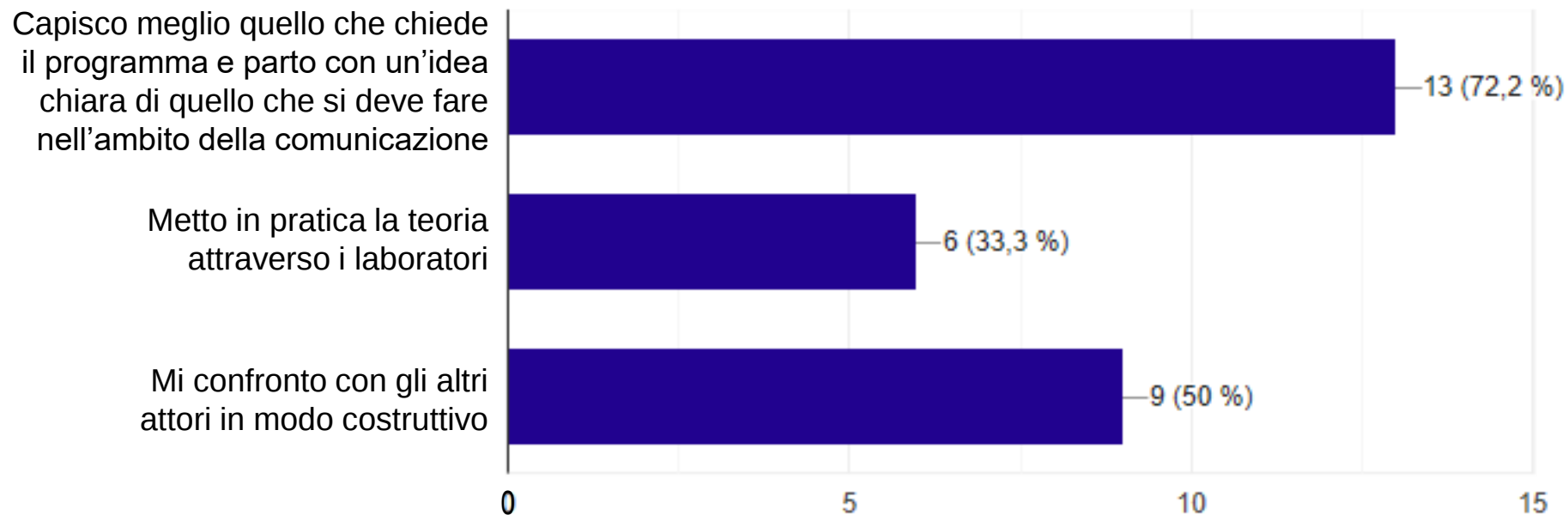
MATTINA

- Richiamo alle esigenze del programma
- Requisiti fondamentali di un piano di comunicazione (obiettivi, attività di comunicazione, risorse, indicatori di risultato)

POMERIGGIO

- Laboratori
- Consigli dell'esperto su come comunicare una tematica specifica

Per voi, la giornata sarà riuscita se...



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA

Let's start!



Punti in comune



Contenuto dei PCC

1. Esternalizzazione
2. Coordinamento
3. Risorse umane e finanziarie
4. Obiettivi e gruppi target

Punti d'attenzione AG

1. Capitolato d'appalto
2. Comunicazione
 - Progetti non coordinati a livello del Piano
 - Progetti singoli a volte più sviluppati che il Piano
3. Risorse umane e finanziarie collegate alle azioni
4. Identificazione di obiettivi e gruppi target specifici per la comunicazione di ogni piano in linea con il programma

Requisiti del programma

1. Comunicare quindi esistere
2. Rispondere ai requisiti di comunicazione del programma
3. Bilinguismo
4. Comunicazione coordinata a livello del piano
5. Una comunicazione professionale
6. Comunicazione integrata al programma
7. Comunicazione trasversale, raggiungere il massimo di pubblici sul territorio ALCOTRA
8. Una comunicazione concertata tra Piani Integrati



CAPITALIZZAZIONE

1. Comunicare quindi esistere

Informazione: trasmettere un messaggio

Comunicazione: essere veramente capito

Creare legame,
stabilire e mantenere
le relazioni

Rendere comune
per condividere

Far parte, scegliere
un posizionamento

1. Comunicare quindi esistere

Comunicazione: Uno strumento a servizio del progetto



2. Adempiere ai requisiti di comunicazione del programma

DOCUMENTI DISPONIBILI:

**Interreg
ALCOTRA**
Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale

**IL MIO PROGETTO HA OTTENUTO
DEI FINANZIAMENTI EUROPEI
NELL'AMBITO D'INTERREG
ALCOTRA 2014-2020,
COME DEVO INFORMARE?**

**I MIEI OBBLIGHI D'INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE
2014-2020 PER IL PROGRAMMA INTERREG V-A FRANCIA ITALIA ALCOTRA**

Se il mio progetto ha ottenuto un finanziamento europeo, **devo farlo sapere** e rispettare determinati obblighi.
Questo documento delinea le prerogative minime da rispettare
tuttavia i beneficiari dei fondi sono incoraggiati a comunicare e informare
ampiamente durante tutto il progetto.

www.interreg-alcotra.eu



EUROPEAN COMMISSION
DG Employment, Social Affairs and Inclusion
DG Regional and Urban Policy

Cohesion policy communication rules – Questions and answers

Updated: 10 May 2016

Disclaimer: This document provides a collection of questions that have been submitted to the Commission on the application of the rules for information and communication as contained in Regulations 1303/2013 and 821/2014. The respective answers have been provided in relation to each specific case and do not constitute a generalised guidance by the Commission. They can rather be seen as suggestions as to what could be a reasonable interpretation of the rules in a given context. The responsibility for correctly applying above Regulations remains with the competent national bodies.

Logos/ European Union emblem / Reference to the Fund(s)

- Who in the Commission approves our logo?
- For the reference to the Union, is it sufficient to write "Europe"?
- Should this reference to the ERF funds be in the form of a logo or can it simply be a statement?
- What are the rules or procedures if we want to display the ERF logos on our web-site and on our marketing material (brochures)? Can you send me a high resolution logo, possibly on a transparent background?
- The obligation about mentioning the Operational Programme does not apply to YEI supported projects?
- Is it wrong to spread the words "European Social Fund" over two lines?
- Does the MA, in its role as the MA, have to display the EU emblem on its website? Does the MA become a beneficiary when in receipt of TA and therefore subject to all the requirements on beneficiaries including the need to display the EU emblem on its website?
- **UPDATED!** I have a question concerning annex VIII section 2.2.4. of Regulation No 1303/2013. We are not sure how to interpret these provisions and which fund we should make reference to.
- Please advise us how we should mark radio/audio spots to indicate that they are co-financed by the European Union.
- Can logo of an action, network, or let's say object of culture – which is promoted itself, be larger than the EU emblem?
- How to interpret the requirements of minimum size of the EU emblem?
- What about the visibility of the emblem on mobile devices without scrolling – this can be costly to implement?
- For example on a roll-up banner, can't we use the logo of Ministry of Finance bigger than the EU emblem even if it is not on the same line as the EU emblem?
- Could we use a white flag (rectangle) with black stars while the entire background around the flag is black, without putting a white border around the black outline of the rectangle?
- Monochrome version of the Union emblem: could we use black version on top paper?
- The Regulation does not mention using white, where the rectangle is in white and print of the stars is also in white on a black background.
- Could we also admit usage of EU emblem in black or white version on a colour background?
- **NEW!** Documents or promotional activities related to multi-fund programmes: can we use "ERF Funds" label in all of the communication, no matter if they relate to ERF- or ERF-supported operations, no matter if it is a beneficiary or an authority?



**Interreg
ALCOTRA**

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA

2. Adempiere ai requisiti di comunicazione del programma



Come menzionare l'Unione europea negli strumenti di comunicazione?

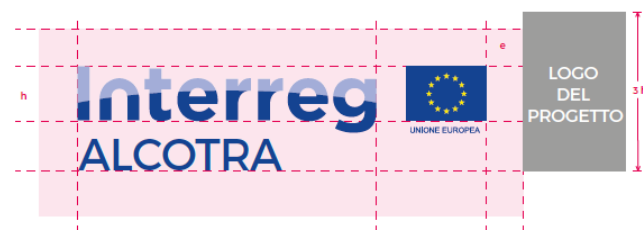
Regolamento di esecuzione n° 821/2014 della Commissione:

« Se in aggiunta all'emblema dell'Unione figurano altri logotipi, l'emblema dell'Unione deve presentare almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri logotipi.»



2. Rispondere ai requisiti di comunicazione del programma

Come utilizzare il logo INTERREG ALCOTRA?



ESEMPIO:



Ricerca e innovazione



Obiettivo
tematico

Obiettivo
specifico

OT 1

OS 1.1

Economia a bassa
emissione di carbonio



OT 4c

OS 1.2

OT 4e

OS 3.3

Lotta contro il
cambiamento climatico



OT 5

OS 2.1

OS 2.2

Ambiente e uso efficace
delle risorse



OT 6

OS 3.1

OS 3.2

Inclusione sociale



OT 9

OS 4.1

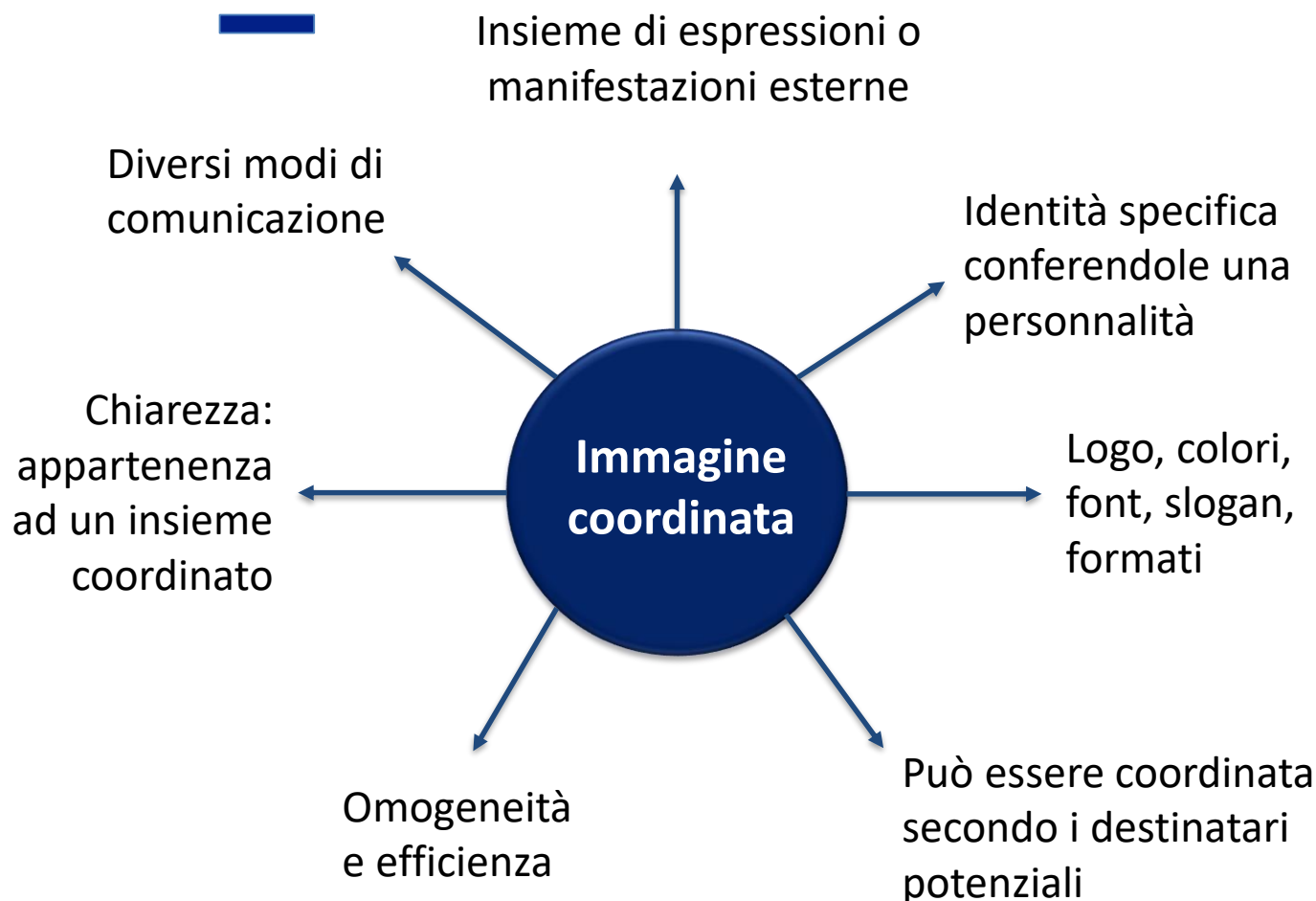
Educazione e formazione
professionale



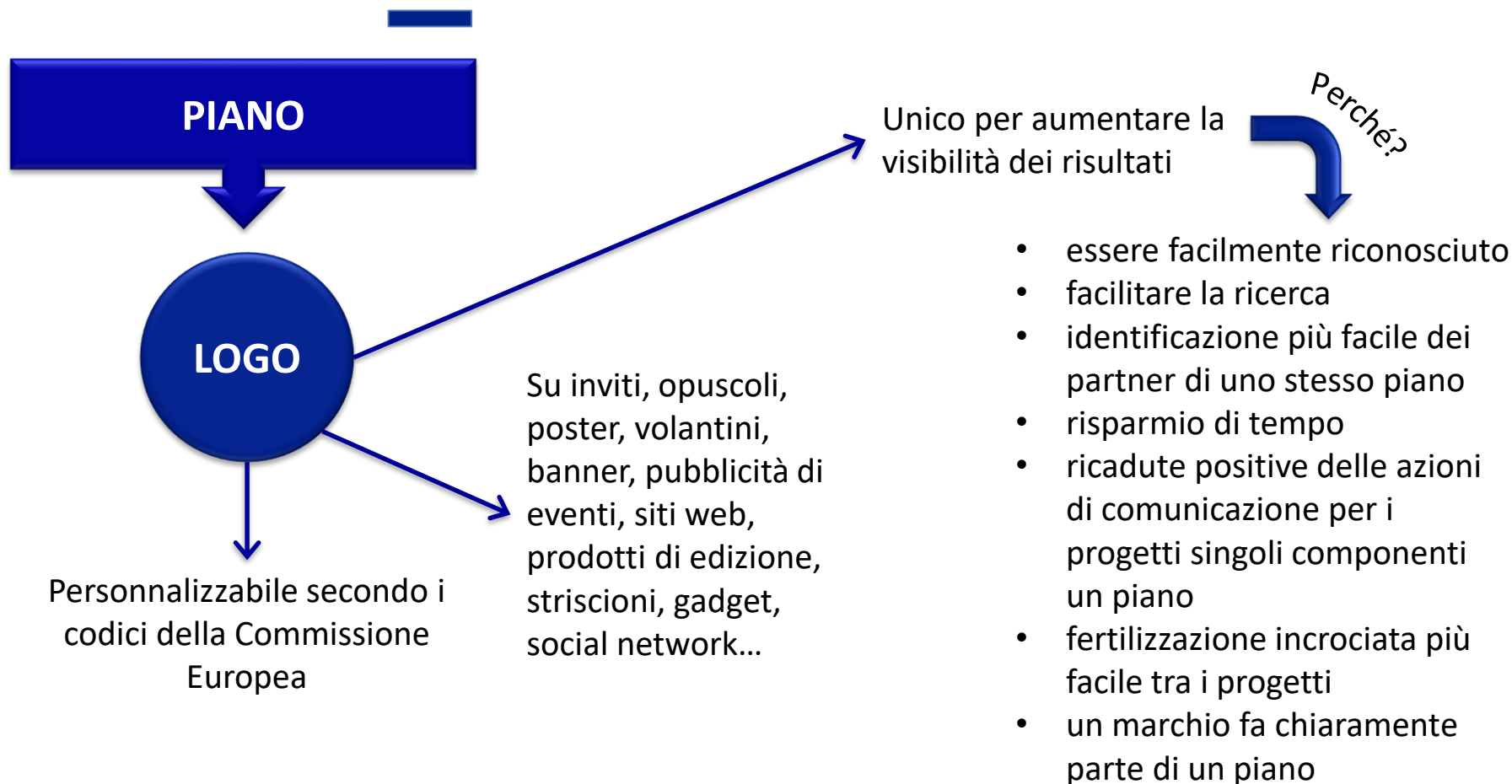
OT 10

OS 4.2

3. Comunicazione coordinata a livello del piano



3. Comunicazione coordinata a livello del piano



Comunicazione coordinata a livello del piano

La comunicazione richiede un lavoro di squadra



Tutte le parti interessate devono essere coinvolte:

- informando quando una domanda può suscitare l'interesse
- nella raccolta di informazioni e argomenti
- per promuovere le attività, le realizzazioni, l'impatto, le storie dei beneficiari

Strategia di comunicazione?

DOCUMENTO SCRITTO



Una buona parte del lavoro di comunicazione consiste nel rispondere a **bisogni urgenti**; può essere facile dimenticare le attività non urgenti (ma forse più importanti)



Provedde a che gli sforzi di comunicazione **contribuiscano alla realizzazione** degli obiettivi del Piano, al loro coordinamento e alla loro efficienza



Permette di chiarire quali sono il **personale**, il **tempo** e le **risorse necessarie** e come utilizzarli



Fornisce un quadro generale degli **obiettivi** di comunicazione e del modo in cui il piano prevede di realizzare questi obiettivi

PIANO DI COMUNICAZIONE

Obiettivi

Generali

Gruppi target

Obiettivi specifici per ogni gruppo target, in relazione agli obiettivi dell'azione e le fasi del ciclo del progetto

- *garantire che la popolazione beneficiaria sia ben consapevole dei ruoli svolti/contributi dei partner e l'UE nell'attività*
- *sensibilizzare la popolazione del territorio interessato al ruolo del partenariato ed a quello dell'UE nell'erogazione dell'aiuto in un contesto particolare*
- *sensibilizzare sul modo in cui l'UE e i partner collaborano per promuovere l'istruzione, la salute, l'ambiente, ecc.*

Obiettivi

- Capire gli obiettivi generali del piano
- Capire che tipo di cambiamento il piano mira ad apportare
- Fare un'analisi **SWOT** del Piano in termini di comunicazione:
 - **Punti di forza:** cosa abbiamo che possiamo utilizzare?
 - **Debolezze:** cosa potrebbe nuocere alla reputazione
 - **Opportunità:** cosa possiamo capitalizzare?
 - **Rischi:** cosa potrebbe andare male?
- Coinvolgere i vostri colleghi del Piano nella creazione della strategia

Gruppi target

Caratteristiche:

numero, localizzazione,
istruzione, lingue,
contesto, organizzazione,
occupazione

Fonti di informazione:

l'identificazione dei gruppi
target principali e secondari
può aiutarvi a gerarchizzare i
pubblici e stabilire
l'orientamento delle vostre
attività e messaggi

Effetti:

1. **Conoscenza:** Quali nuove cose volete che imparino su di voi?
2. **Comportamento:** Che cambiamenti di opinione volete stimolare?
3. **Pratica:** Quali cambiamenti nelle azioni? Quali nuove cose vorreste che facciano e quali vorreste che smettessero di fare?



Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA

PIANO DI COMUNICAZIONE

Obiettivi

Generali

Gruppi target

Obiettivi specifici per ogni gruppo target, in relazione agli obiettivi dell'azione e le fasi del ciclo del progetto

Esempi di obiettivi di comunicazione:

- *garantire che la popolazione beneficiaria sia ben consapevole dei ruoli svolti/contributi dei partner e l'UE nell'attività*
- *sensibilizzare la popolazione del territorio interessato al ruolo del partenariato ed a quello dell'UE nell'erogazione dell'aiuto in un contesto particolare*
- *sensibilizzare sul modo in cui l'UE e i partner collaborano per promuovere l'istruzione, la salute, l'ambiente, ecc.*

Attività di comunicazione

Principali attività che saranno organizzate durante il periodo di riferimento del piano di comunicazione e di visibilità.

Saranno dettagliati:

la natura delle attività

i responsabili dell'organizzazione delle attività

gli strumenti di comunicazione scelti: con una descrizione dettagliata degli vantaggi offerti da alcuni supporti (media, eventi, pubblicità, ecc), tenendo conto del contesto locale

Attività di comunicazione

- Definire gli **strumenti** e le **attività** utilizzate per contattare i gruppi target e raggiungere gli obiettivi.
- Il canale deve corrispondere al messaggio

- *informazioni tecniche dettagliate → un manuale e non la radio*
- *Mass media per i gruppi target che raccolgono un grande numero di persone*

canali di comunicazione diretti (invio di mail, fornitura di supporti di informazione ben definiti o organizzazione di eventi) per dei gruppi target specifici

PIANO DI COMUNICAZIONE

Obiettivi

Generali

Gruppi target

Obiettivi specifici per ogni gruppo target, in relazione agli obiettivi dell'azione e le fasi del ciclo del progetto

Esempi di obiettivi di comunicazione:

- *garantire che la popolazione beneficiaria sia ben consapevole dei ruoli svolti/contributi dei partner e l'UE nell'attività*
- *sensibilizzare la popolazione del territorio interessato al ruolo del partenariato ed a quello dell'UE nell'erogazione dell'aiuto in un contesto particolare*
- *sensibilizzare sul modo in cui l'UE e i partner collaborano per promuovere l'istruzione, la salute, l'ambiente, ecc.*

Attività di comunicazione

Principali attività che saranno organizzate durante il periodo di riferimento del piano di comunicazione e di visibilità.

Saranno dettagliati:

la natura delle attività

i responsabili dell'organizzazione delle attività

gli strumenti di comunicazione scelti: con una descrizione dettagliata degli vantaggi offerti da alcuni supporti (media, eventi, pubblicità, ecc), tenendo conto del contesto locale

Risorse

Umane

Numero di persone/giorni richiesti per l'attuazione delle attività di comunicazione

Membri del team responsabili delle attività di comunicazione

Finanziarie

Budget richiesto per attuare le attività di comunicazione (in cifre assolute e in percentuale di budget globale destinato all'azione)



Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA

Risorse

**Non
sovraccaricatevi,
siate realisti!**

1 Definire un budget

- Definire i valori finanziari in forma di stime approssimative per permettervi di definire gli strumenti, di assegnare le risorse globali, pur restando flessibili
- Quanti soldi sono disponibili per ogni attività?

2 Definire gli organismi responsabili tra le risorse umane

- Quali organismi del Piano sono responsabili dell'attuazione della strategia?
- Quante persone chiave sono disponibili per quest'attuazione?
- Come la partecipazione degli altri organismi del piano sarà coordinata durante l'attuazione?

PIANO DI COMUNICAZIONE

Obiettivi

Generali

Gruppi target

Obiettivi specifici per ogni gruppo target, in relazione agli obiettivi dell'azione e le fasi del ciclo del progetto

Esempi di obiettivi di comunicazione:

- *garantire che la popolazione beneficiaria sia ben consapevole dei ruoli svolti/contributi dei partner e l'UE nell'attività*
- *sensibilizzare la popolazione del territorio interessato al ruolo del partenariato ed a quello dell'UE nell'erogazione dell'aiuto in un contesto particolare*
- *sensibilizzare sul modo in cui l'UE e i partner collaborano per promuovere l'istruzione, la salute, l'ambiente, ecc.*

Indicatori di risultato

Conseguimento degli obiettivi di comunicazione: includere degli indicatori di risultato per i diversi strumenti proposti

Disposizioni relative alla rilevazione feedback (all'occorrenza) :
precisare e dettagliare i moduli di valutazione o altre modalità utilizzate per raccogliere il feedback da parte dei pubblici sull'attività

Attività di comunicazione

Principali attività che saranno organizzate durante il periodo di riferimento del piano di comunicazione e di visibilità.

Saranno dettagliati:

la natura delle attività

i responsabili dell'organizzazione delle attività

gli strumenti di comunicazione scelti: con una descrizione dettagliata degli vantaggi offerti da alcuni supporti (media, eventi, pubblicità, ecc), tenendo conto del contesto locale

Risorse

Umane

Numero di persone/giorni richiesti per l'attuazione delle attività di comunicazione

Membri del team responsabili delle attività di comunicazione

Finanziarie

Budget richiesto per attuare le attività di comunicazione (in cifre assolute e in percentuale di budget globale destinato all'azione)



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA

Indicatori di risultato: fissare i valori target annuali

**Numero di output
previsti per l'anno**



- Articoli pubblicati
- Video prodotti
- Numero di eventi organizzati
- Numero di visitatori di un sito...

**Fonti di verifica di
questi indicatori**



- Liste di partecipazione agli eventi
- Moduli di valutazione
- Risultati di inchieste
- Statistiche del sito...

**Stilare un elenco
generale delle
lezioni imparate**

www.interreg-alcotra.eu



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

Autorité de gestion / Autorità di gestione
ALCOTRA 2014-2020