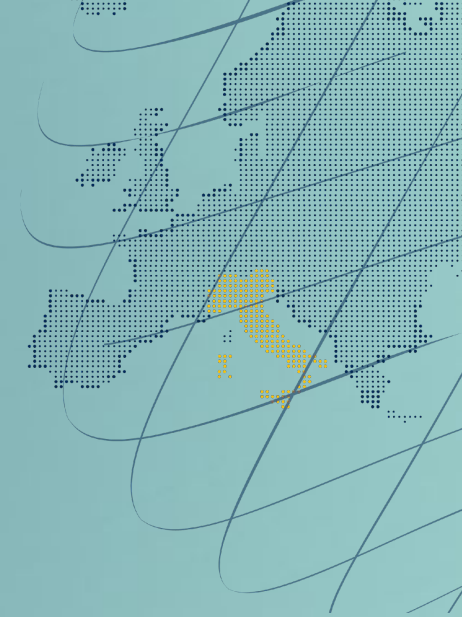


Piano di Formazione Nazionale - PFN 2025

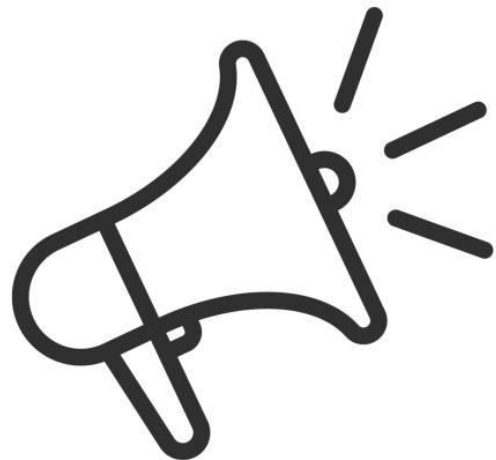
Modulo 5

“Formazione di base sulla gestione dei progetti europei”

LA COMUNICAZIONE ESTERNA



La **comunicazione esterna** e la **divulgazione dei risultati** sono fattori determinanti per il successo di un progetto, un mezzo per promuovere la partecipazione dei target group prescelti e informare l'opinione pubblica in merito alle attività e al valore dei finanziamenti europei in generale.



La comunicazione esterna

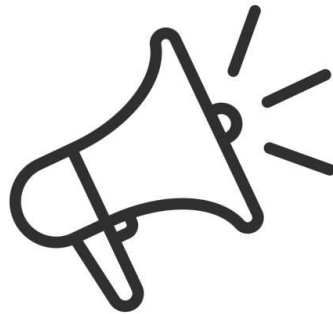
La **comunicazione** in un **progetto europeo** è l'insieme delle attività, strategie e strumenti usati per **diffondere informazioni** sul progetto, sui suoi **obiettivi, risultati** e **impatto**.

**Communication
Strategy**

1

**Stakeholder
mapping and
analysis**

2



4

**Visual identity,
Communication and
information material**

3

**Social media &
Website**

Communication & Dissemination Strategy

1



Il piano di comunicazione:

strumento di riferimento per decidere come divulgare i messaggi e le informazione relative alle attività del progetto

- ✓ obiettivi e messaggi chiave
- ✓ pubblico target (cittadini, media, istituzioni, stakeholder)
- ✓ canali e strumenti di comunicazione
- ✓ tempistiche
- ✓ ruoli dei partner e calendario delle attività
- ✓ indicatori di performance (KPI: numero di visite, follower, articoli, eventi, ecc.);

Deliverable:

Communication and Dissemination Plan

Aggiornamento periodico del piano durante il progetto

La stakeholder mapping è il **processo** attraverso cui si individuano gli stakeholder, si analizza il loro livello di interesse e influenza e si classificano in categorie per definire la strategia di coinvolgimento più efficace.

Perché è importante in un progetto europeo

- ✓ Aiuta a targettizzare la comunicazione (non si parla allo stesso modo a cittadini, enti pubblici o aziende).
- ✓ Permette di costruire alleanze e coinvolgere i partner giusti.

Stakeholder mapping and analysis

2

OUTPUT

- ✓ Una **tabella** o **mappa visiva** con nomi, ruoli, interesse e influenza;
- ✓ Una **strategia di engagement** (come e quando coinvolgerli);
- ✓ Un **documento interno** (deliverable o allegato al Communication Plan).

La **visual identity** è l'insieme di regole, simboli e strumenti grafici che definiscono **come il progetto “si presenta” visivamente** al pubblico, ai partner e alla Commissione Europea.
In particolare, serve a creare **coerenza** tra tutti i materiali di comunicazione; aumentare la **riconoscibilità** del progetto; trasmettere **professionalità e credibilità**; rispettare gli **obblighi di visibilità del finanziamento europeo**

4

Visual identity,
Communication and
information material

Elementi principali della Visual Identity

- ✓ **Logo del progetto**
- ✓ **Logo e dicitura ufficiale dell'Unione Europea**
(Obbligatorio in tutti i materiali di comunicazione)
- ✓ **Palette di colori**
- ✓ **Tipografia (font)**
- ✓ **Template grafici**
 - presentazioni PowerPoint;
 - report e deliverable;
 - brochure, poster, flyer;
 - post social e banner digitali.

Materiali informativi

Brochure, roll-up, gadget, video, infografiche, etc..
(tutti coerenti con la Visual Identity)

THE USE OF THE EU EMBLEM IN THE CONTEXT OF EU PROGRAMMES 2021-2027



Use the **EU emblem** correctly and prominently.

The EU emblem is the single-most important visual brand used to acknowledge the origin and ensure the visibility of EU funding. Apart from the EU emblem, no other visual identity or logo may be used to highlight EU support. The EU emblem should not be modified or merged with any other graphic elements or texts. If other logos are displayed in addition to the Union emblem, the Union emblem should have at least the same size as the biggest of the other logos. For further information, please consult our detailed guidelines on the [use of the EU emblem](#).

Display a simple **funding statement**, mentioning the European Union's support.



**Funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**



The funding statement "Funded by the European Union" or "Co-funded by the European Union" should always be spelled out in full and placed next to the emblem. You can download the correct version of the EU emblem together with the funding statement from our multilingual download centre.

https://commission.europa.eu/funding-tenders/managing-your-project/communicating-and-raising-eu-visibility_en

Sito web e **social media** sono due strumenti chiave della comunicazione e servono non solo a promuovere il progetto, ma anche a garantire trasparenza, diffusione dei risultati e coinvolgimento del pubblico — obiettivi richiesti esplicitamente dalla Commissione Europea in tutti i programmi di finanziamento.

- ✓ Design coerente con la **visual identity** del progetto.
- ✓ Contenuti aggiornati e multilingue (almeno in inglese).
- ✓ Accessibilità e conformità GDPR.
- ✓ Presenza del **logo UE** e della dicitura *“Co-funded by the European Union”*.

3

Social media &
Website



Communication



Dissemination



Exploitation

...more definitions

Communication:

Taking strategic and targeted measures for promoting the action itself and its results to a multitude of audiences, including the media and the public, and possibly engaging in a two-way exchange

- Reach out to society as a whole
- Demonstrate how EU funding contributes to tackling societal challenges
- Strategically planned with pertinent messages, right medium and means

Dissemination:

The public disclosure of the results by appropriate means, other than resulting from protecting or exploiting the results, including by scientific publications in any medium

- Circulation of knowledge and results to the ones that can best make use of them
- Enabling the value of results to be potentially wider than the original focus
- Essential element of all good research practice and vital part of the project plan

Exploitation:

The use of results in further research and innovation activities, including among other things, commercial exploitation such as developing, creating, manufacturing and marketing a product or process, creating and providing a service, or in standardisation and policy making activities

- Recognise exploitable results and their stakeholders, identify the value added from their use
- Partners can exploit their results or let them being exploited by interested third parties