

LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DELL'IDENTITÀ VISIVA per l'attuazione delle attività di comunicazione e di visibilità dei progetti

ALLEGATO 3 - SITOWEB UFFICIALE DEL PROGETTO E SOCIAL MEDIA

Versione 2/2024



INDICE

1. SITO WEB UFFICIALE DEL PROGETTO	3
1.1 ACCESSO E AGGIORNAMENTI AI CONTENUTI DEL SITO WEB UFFICIALE DEL PROGETTO 4	
2. SITI WEB DEL PROGETTO DIVERSI DA QUELLO UFFICIALE.....	6
3. SOCIAL MEDIA DEL PROGRAMMA INTERREG ITALIA-SLOVENIA	7
3.1 UTILIZZO HASHTAG DI PROGRAMMA #InterregITASLO, Tag e menzioni	8
3.2 FACEBOOK.....	10
3.3 YOUTUBE E INDICAZIONI PER LA REALIZZAZIONE DEI VIDEO DEL PROGETTO	11
4. SOCIAL MEDIA DEL PROGETTO.....	12
5. FIGURA DEL SOCIAL MEDIA MANAGER.....	14

1. SITO WEB UFFICIALE DEL PROGETTO

Rif. art. 36, c. 4, del Regolamento 1059/2021	SUPPORTO DAL PROGRAMMA
<p>a) fornendo, sul sito web o sui siti dei social media ufficiali del partner, ove tali siti esistano, una breve descrizione dell'operazione Interreg, in proporzione al livello del sostegno fornito da un fondo Interreg, compresi le finalità e i risultati, ed evidenziando il sostegno finanziario ricevuto dal fondo Interreg;</p>	<p>Dopo la firma del Contratto di concessione del finanziamento sarà reso disponibile al Lead Partner un sito web dedicato al progetto co-finanziato. Il sito web del progetto sarà, infatti, ospitato all'interno del sito web ufficiale del Programma www.ita-slo.eu.</p> <p>Nella sua pagina iniziale del sito del progetto sarà visibile il logo fornito dal Segretariato Congiunto, oltre che agli elementi essenziali di cui al Regolamento (UE) 1059/2021.</p> <p>Il sito del progetto resterà online anche dopo la conclusione del progetto co-finanziato.</p>

Tabella 1: Estratto dell'articolo 36, c. 4, del Regolamento (UE) 1059/2021 che si riferisce al sito web



I beneficiari dei progetti co-finanziati hanno la responsabilità di riconoscere il sostegno fornito dal Programma. A tal fine, dopo la firma del Contratto di concessione del finanziamento viene reso disponibile ai beneficiari **un sito web dedicato al progetto co-finanziato** ospitato all'interno del sito web ufficiale del Programma www.ita-slo.eu.

Il sito web dedicato al progetto co-finanziato e ospitato dal Programma è da considerarsi il sito web ufficiale del progetto.

Tale scelta, oltre a determinare economie di progetto a beneficio di output concreti, consente un monitoraggio costante delle attività progettuali da parte delle Autorità preposte e dal Segretariato Congiunto, nonché dagli utenti esterni.

Il link del sito web del progetto va menzionato in tutti i materiali di comunicazione (poster, roll-up, comunicati stampa ecc.) e va riportato con la seguente dicitura:

www.ita-slo.eu/ACRONIMO

senza menzionare la variante linguistica o il protocollo "http".

In caso di materiale stampato, accanto al link va inoltre aggiunto il **QR code** che permette agli utenti di un collegamento diretto al sito.

1.1 ACCESSO E AGGIORNAMENTI AI CONTENUTI DEL SITO WEB UFFICIALE DEL PROGETTO

Dopo la firma del Contratto di concessione del finanziamento, il Segretariato Congiunto fornisce al Lead Partner e al responsabile della comunicazione del progetto le **credenziali per accedere al sistema di gestione dei contenuti del sito web del progetto** ed una guida tutorial per modificare i contenuti (notizie, articoli, ecc...) autonomamente. Ogni aggiornamento effettuato dal responsabile della comunicazione del progetto deve essere approvato dal Segretariato Congiunto. Solo a seguito di tale approvazione il contenuto sarà pubblicato e reso visibile.

La struttura per la gestione dei contenuti digitali del sito web (cd. backoffice) è la stessa per ogni progetto: sono presenti informazioni precompilate - in lingua italiana, slovena e inglese - che non sono scambiabili (a titolo esemplificativo e non esaustivo "Partner", "Contatti", ecc...) e contenuti modificabili manualmente (a titolo esemplificativo e non esaustivo Sintesi del Progetto, Obiettivi, Output, Documenti, Notizie ed Eventi e Foto e video). I contenuti, come ad esempio i risultati concreti ottenuti dal progetto e di grande rilevanza per l'utenza esterna, nuove sezioni, collegamenti, foto, grafici ecc... devono essere inseriti, aggiornati obbligatoriamente in lingua italiana, slovena e inglese altrimenti il Segretariato Congiunto non autorizzerà la loro pubblicazione.

I contenuti approvati dal Segretariato Congiunto saranno visibili sul sito web del progetto così come sul sito web del Programma, assicurando massima visibilità.

Il sito web del progetto deve essere pubblicizzato mettendo l'indirizzo web e/o il QR code su tutti i materiali di comunicazione con rilevanza esterna, come ad esempio sugli articoli stampati, sui siti web dei partner del progetto.

È responsabilità del Lead Partner e del responsabile della comunicazione del progetto:

- **assicurare che il sito web del progetto sia completo** in tutte le sue sezioni e costantemente aggiornato attraverso la pubblicazione periodica di contenuti e di news ed eventi e quindi:
 - **includere e aggiornare la descrizione del progetto**, dei suoi obiettivi, dei risultati (attesi in fase di avvio ed effettivamente conseguiti in attuazione e

- chiusura), del sostegno finanziario ricevuto dal Programma e del valore aggiunto del co-finanziamento dell'Unione europea;
- pubblicare regolarmente (almeno una volta al mese, anche in merito allo stato di avanzamento) e tempestivamente (almeno una settimana prima dell'effettivo svolgimento dell'attività) le **notizie con rilevanza esterna** e comunque in tutte e tre lingue previste, ovvero italiano, sloveno e inglese;
 - pubblicare tempestivamente il materiale di comunicazione e gli output prodotti e con rilevanza esterna.
- **Garantire la corrispondenza dei contenuti delle sezioni nelle tre lingue previste**, ovvero italiano, sloveno e inglese durante tutte le fasi progettuali (avvio, attuazione, chiusura);
 - seguire le raccomandazioni del Segretariato Congiunto.

2. SITI WEB DEL PROGETTO DIVERSI DA QUELLO UFFICIALE

Per lo sviluppo di un sito web alternativo e/o complementare a quello ufficiale fornito dal Programma è richiesta una giustificazione specifica (ad esempio, la necessità di avvalersi di banche dati esterne o preesistenti, di strumenti digitali specifici o in quanto gli output di progetto hanno durata superiore al progetto stesso) che deve essere fornita in sede di proposta progettuale o in fase attuativa.

Nel caso in cui il sito web alternativo e/o complementare venga approvato, il Lead Partner è comunque tenuto a **seguire per tale sito, per quanto possibile, le regole presenti nelle Linee Guida e** a menzionarlo nel sito web ufficiale del progetto che deve essere comunque aggiornato e implementato.

3. SOCIAL MEDIA DEL PROGRAMMA INTERREG ITALIA-SLOVENIA

Il Programma è presente su diversi social media con i propri profili sui quali vengono pubblicati contenuti relativi alle relative attività e riproposti anche i contenuti dei progetti finanziati.

Social network	Nome	Username	Link
Facebook	Interreg VI-A Italy-Slovenia	/interregitaslo	https://www.facebook.com/interregitaslo/
Instagram	Interreg VI-A Italy-Slovenia	@interregitaslo	https://www.instagram.com/interregitaslo/
X (ex Twitter)	InterregITASLO	@interregitaslo	https://twitter.com/interregitaslo
YouTube	Interreg Italia Slovenia	@interregitalyslovenia	https://www.youtube.com/@interregitalyslovenia
LinkedIn	Interreg Italia Slovenia	/interregitaslo	https://www.linkedin.com/company/interregitaslo/

Tabella 2: Elenco dei social media del Programma

3.1 UTILIZZO HASHTAG DI PROGRAMMA #InterregITASLO, Tag e menzioni

In caso di presenza o apertura di un canale social del progetto finanziato o di creazione di contenuti sul progetto sui canali social già esistenti del beneficiario, è responsabilità del Lead Partner e del responsabile della comunicazione e dell'eventuale *social media manager* (vedi paragrafo 5) del progetto:

- **inserire nel testo** di tutte le comunicazioni social e nei profili del progetto **l'hashtag** di Programma **#InterregITASLO**

Questo accorgimento permette di identificare chiaramente il Programma di cui il progetto fa parte e consente di creare un flusso unico di conversazioni legate ai temi e obiettivi del Programma.

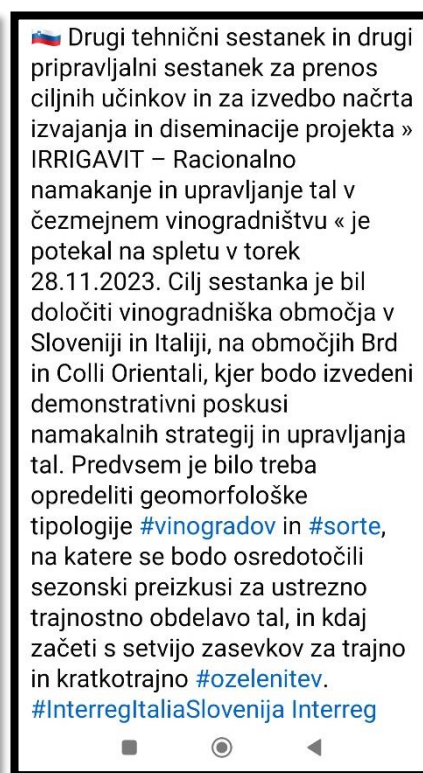
Inoltre, non meno importante, l'inserimento dell'hashtag consente il

monitoraggio completo delle attività social degli account ufficiali del Programma e dei vari progetti co-finanziati ad esso collegati.

Il monitoraggio è una delle attività social fondamentali a definire strategie di comunicazione atte a individuare con maggior dettaglio i target di riferimento e i contenuti adatti a rispondere a bisogni e desideri del pubblico.

- **taggare**, se esistente, **l'account ufficiale del Programma** (vedi Tabella 2), nel testo o nelle immagini.

Questo permette al Programma di ricevere notifica delle attività di comunicazione dei progetti co-finanziati, e di pubblicizzare e promuoverli ulteriormente sui propri canali ufficiali.



Quando si riceve notifica di tag da parte degli account ufficiali di Programma, vanno condivisi i contenuti anche sugli account social dei progetti e/o si deve interagire attraverso gli strumenti di interazione (like, commento, ecc.).

Questa azione genera coinvolgimento e crea una relazione diretta (e partecipata) tra il Programma e il progetto. Di conseguenza genera fiducia e consenso sia nei confronti del Programma che del progetto singolo da parte dell'utente / pubblico che ci segue.

3.2 FACEBOOK

Oltre alle indicazioni su hashtag e tag/menzioni (Paragrafo 3.1) che valgono per tutti i canali social attivi, è utile fare un approfondimento sullo strumento Facebook che ha altre funzioni che possono essere molto utili a promuovere il Programma e i progetti da esso co-finanziati.

1) CO-ORGANIZZAZIONE DEGLI EVENTI FACEBOOK

Quando si crea un evento Facebook va indicata sempre [la pagina ufficiale del Programma](#) come co-organizzatore dell'evento.

La co-organizzazione degli eventi Facebook dei progetti co-finanziati permette al social media manager di ricevere notifica della richiesta e fare la dovuta promozione. Inoltre, in questo modo la sezione eventi della pagina Facebook ufficiale del Programma è completa con tutti gli eventi organizzati, diventa un archivio completo delle attività e permette di promuoverle al meglio.

2) CROSS-POSTING VIDEO e/o DIRETTE video FACEBOOK

Se si attiva il cross-posting tra la pagina di progetto e quando si carica un video o si genera una diretta video su Facebook, va indicata sempre la pagina Facebook del Programma nelle funzioni di cross-posting.

Se i video hanno la funzione attiva di cross-posting con la pagina Facebook del Programma, tramite quest'ultima si può pubblicare il video o la diretta video come contenuto nativo, ma le visualizzazioni si sommano a quelle del video o diretta video pubblicate sulla pagina di progetto. Questa funzione permette di massimizzare i risultati di visualizzazioni e interazioni del contenuto video.

3.3 YOUTUBE E INDICAZIONI PER LA REALIZZAZIONE DEI VIDEO DEL PROGETTO

Il Programma ha un proprio canale YouTube (@interregitalyslovenia) sul quale sono pubblicati tutti i video realizzati dal Programma, compresi tutorial e registrazioni degli eventi e workshop, e dai progetti. Il canale funge anche da archivio completo delle attività svolte dal Programma e dai progetti co-finanziati.

È responsabilità del Lead Partner, anche per il tramite del responsabile della comunicazione e dell'eventuale social media manager del progetto:

- inviare al Segretariato Congiunto tutti i video realizzati dal progetto e con rilevanza esterna prima della loro diffusione. Si ricorda che il logo del progetto deve essere chiaramente visibile e conforme alle linee guida di Identità Visiva.
- Inviare tutti i video realizzati dal progetto e con rilevanza esterna che hanno ottenuto l'approvazione del Segretariato Congiunto in modo da poterli caricare sul canale YouTube ufficiale del Programma.
- Garantire che i video realizzati dal progetto e con rilevanza esterna rispettino le presenti Linee Guida, in particolare:
 - che sia assicurato il bilinguismo dei contenuti secondo le seguenti modalità:
 - i video devono essere realizzati o in italiano o in sloveno, o in entrambe le lingue (l'inglese non è obbligatorio, si può usare ma non può essere l'unica lingua principale);
 - se l'audio è in sloveno, vanno messi i sottotitoli in italiano e viceversa;
 - si possono creare 2 video identici, uno in italiano e uno in sloveno.
 - Che il logo di progetto:
 - sia utilizzato nella sua versione in quadricromia;
 - appaia come prima immagine/fotogramma, quindi incluso e ben leggibile nella prima inquadratura, prima di qualsiasi altro titolo o grafica;
 - appaia in chiusura del video, prima degli eventuali titoli di coda;
 - appaia in sovrapposizione per tutta la durata del video (preferibilmente in alto a sinistra);
 - sia in posizione predominante rispetto ad altri loghi (Paragrafo 2.9);
 - sia leggibile in tutte le sue parti.

4. SOCIAL MEDIA DEL PROGETTO

Il sito web dedicato al progetto riveste una grande importanza in quanto è il primo luogo in cui gli utenti trovano le informazioni complete sul progetto. Tuttavia va comunque considerato anche il grande vantaggio portato da canali diversi e complementari, come i social media.

I social media sono uno strumento importante per raggiungere una vasta gamma di destinatari e per ottenere un feedback utile alla performance della strategia di comunicazione. Il Programma incoraggia i progetti a sviluppare una presenza online anche attraverso i social media.

In caso di presenza o apertura di un canale social, è responsabilità del Lead Partner, del responsabile della comunicazione e dell'eventuale social media manager del progetto:

- utilizzare obbligatoriamente il **logo il progetto** come **immagine del profilo** o di copertina dei canali social;

- **creare** sempre i **contenuti** bilingui **in italiano e sloveno**.

Come per tutte le attività di comunicazione anche le attività sui social devono assicurare il bilinguismo italiano e sloveno. Il canale social deve perciò fornire comunicazioni nelle **due lingue ufficiali** ovvero italiano e sloveno, durante tutte le fasi progettuali (avvio, attuazione, chiusura); l'utilizzo di lingue aggiuntive (come, ad esempio, l'inglese) è facoltativo e non può sostituire il bilinguismo previsto dal Programma.

- **Comunicare il profilo al Segretariato Congiunto;**

- garantire il **richiamo ai canali social del Programma** (vedi paragrafo 3.1);

- garantire l'utilizzo di risorse adeguate che siano in grado di mantenere il contenuto fresco e interessante;

- attenersi alle disposizioni e regolamenti sulla **privacy** (regolamenti interni all'ente e GDPR¹) nel pubblicare foto e/o video di eventi di progetto;

- menzionare il sostegno del Programma in ogni post pubblicato, come ad esempio l'inserimento sul post di Facebook della frase in italiano "Il progetto [ACRONIMO] è co-finanziato dall'Unione europea nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia." e in sloveno "Projekt [AKRONIM] sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A Italija-Slovenija."

- invitare le persone e le organizzazioni associate al progetto a seguire il canale social del progetto medesimo, per ottenere, ad esempio, più contatti con la regola 2Follow-for-follow";

- pubblicare regolarmente contenuti pertinenti, senza sovraccaricare il fruitore;

- utilizzare le immagini per creare articoli più pertinenti e interessanti;

¹ Regolamento (Ue) 2016/679 sulla protezione dei dati (GDPR, dall'inglese General Data Protection Regulation) che disciplina il modo in cui le aziende e le altre organizzazioni trattano i dati personali.

- evitare una terminologia complessa;
- evitare l'utilizzo di acronimi (ad esempio scrivere "partner del progetto2 anziché "PP", ecc...)
- se del caso, rispondere a tutti i messaggi e commenti, anche quelli negativi.
- attenersi alle indicazioni riportate in questo paragrafo affinché sia possibile massimizzare le risorse e i contenuti utili a contribuire agli obiettivi di comunicazione del Programma, nonché valorizzare le attività dei singoli progetti e promuovere tutti i progressi e i processi di sviluppo che concorrono a definire la qualità e l'efficacia del Programma.

Nel caso in cui non sia stato creato alcun canale social specifico del progetto finanziato, ma venga **utilizzato il canale social del beneficiario, i contenuti relativi al progetto devono seguire le regole descritte in questo paragrafo e nel paragrafo 3.1** assicurando la presenza del logo di progetto nelle immagini pubblicate unitamente ai post.



Irrigavit Acquavitis2

"Mi piace": 291 · Follower: 309

Capitalizziamo e ampliamo le
ricerche
Izkoriščamo in razširjamo
raziskave
www.acquavitis.eu

Messaggio

Mi piace

...

5. FIGURA DEL SOCIAL MEDIA MANAGER

Nell'attuare la strategia di comunicazione delle attività, il progetto può avvalersi della figura del social media manager, che a seconda del caso, può svolgere le seguenti funzioni:

- a) elaborare un piano editoriale per i vari social media;
- b) creare e pubblicare i contenuti secondo il piano editoriale;
- c) adeguare i contenuti in base ai trend dei social;
- d) elaborare strategie congiunte con i social media manager di altri progetti e del Programma;
- e) favorire interazioni degli utenti.