



Linee guida per l'informazione  
e la comunicazione



## LINEE GUIDA PER L'INFORMAZIONE E LA COMUNICAZIONE

### Qual è l'obiettivo delle Linee Guida?

Favorire i beneficiari nell'applicazione del Regolamento (UE) n. 1303/2013 e del Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014; supportarli nelle azioni di informazione e disseminazione dei risultati; promuovere azioni congiunte che favoriscano una comunicazione dei progetti chiara, semplice ed efficace.

### A chi sono destinate?

Ai **beneficiari** dei progetti finanziati dal Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera e alle **strutture di Programma e alle amministrazioni**. Contribuiscono al corretto utilizzo del logo nelle sue diverse forme, aiutano i progetti nella realizzazione delle attività di comunicazione facilitando sinergie con le iniziative di programma.

Le Linee Guida si articolano in tre Parti:

- la prima è dedicata all'identità visiva del **logo di programma**: essa fornisce indicazioni su caratteristiche, colori, uso e dimensioni del brand "Interreg"

ai fini del soddisfacimento degli obblighi regolamentari da parte delle amministrazioni di programma;

- la seconda è dedicata all'identità visiva del **logo di progetto**: essa fornisce indicazioni su caratteristiche, colori, uso e dimensioni delle cinque tipologie di logo di progetto corrispondenti ai 5 assi del Programma. Format digitali possono essere scaricati ad uso di amministrazioni e beneficiari sia direttamente dalle presenti Linee Guida, sia raccolti nella sezione del Sito Web dedicata alla Comunicazione [www.interreg-italiasvizzera.eu](http://www.interreg-italiasvizzera.eu);
- la terza è una "**Cassetta degli attrezzi: Comunicazione**" e intende agevolare i responsabili della comunicazione di progetto nel comunicare in modo efficace, incisivo e nella realizzazione di alcune attività di comunicazione.

### RESPONSABILITÀ DEI BENEFICIARI

L'applicazione delle indicazioni inserite nelle

presenti Linee Guida soddisfa gli obblighi e le responsabilità dei beneficiari nell'attuazione del [Regolamento \(UE\) n. 1303/2013 Allegato XII comma 2.2](#), e che qui si riassumono:

- esporre l'emblema dell'UE per ogni comunicazione e includere il riferimento al fondo;
- includere nel sito web del beneficiario una breve descrizione del progetto (obiettivi e risultati) e del sostegno finanziario ricevuto;
- esporre, nel corso dell'attuazione dell'operazione, almeno un poster con informazioni sul progetto (formato minimo A3) che evidenzii il sostegno finanziario in un luogo facilmente visibile (per le operazioni che non consistono in opere di costruzione e che abbiano valore inferiore a 500 000 €);
- informare i partecipanti del sostegno finanziario ricevuto;
- esporre durante l'esecuzione di un'operazione sostenuta dal FESR un cartellone temporaneo di dimensioni

rilevanti in un luogo facilmente visibile al pubblico e, entro tre mesi dal completamento, una targa permanente o cartellone pubblicitario di dimensioni adeguate (nel caso di finanziamento di infrastrutture – sempre - o di operazioni di costruzione per le quali il sostegno pubblico superi i 500.000 €);

- indicare sulla targa o cartellone il nome e l'obiettivo principale dell'operazione.

[Il Regolamento di esecuzione \(UE\) n. 821/2014 agli art. 3 e 4 e allegato II](#) definisce le caratteristiche tecniche delle misure di informazione e comunicazione e le istruzioni per utilizzare l'emblema dell'Unione Europea ed è **incluso quale parte integrante per caratteristiche, colori, disposizioni nel Logo Interreg V-A Italia-Svizzera**<sup>1</sup>. Tutti i format sono quindi da intendersi disponibili all'uso immediato.

Una specifica matrice a pag. 36 aiuta il confronto tra strumenti e prescrizioni regolamentari.



# SOMMARIO

## 01 LOGO DI PROGRAMMA

- 1.1** Logo di Programma: un brand comune **PAG. 5**
- 1.2** Logo del Programma di Coopretazione interreg V-A Italia-Svizzera **PAG. 6**
- 1.3** Uso del logo di Programma **PAG. 7**
- 1.4** Colori del logo di Programma **PAG. 8**
- 1.5** Dimensioni del logo di Programma **PAG. 10**
- 1.6** Stile tipografico **PAG. 11**
- 1.7** Posizione del logo di Programma **PAG. 12**
- 1.8** Obiettivi tematici **PAG. 13**

## 02 LOGO DI PROGETTO

- 2.1** Logo di progetto: cinque temi prioritari **PAG. 15**
- 2.2** Uso del logo di progetto **PAG. 17**
- 2.3** Colori del logo di progetto **PAG. 18**
- 2.4** Dimensioni del logo di progetto **PAG. 20**
- 2.5** Stile tipografico **PAG. 21**
- 2.6** Uso del logo nel sito web del progetto **PAG. 22**
- 2.7** Strumenti dell'identità visiva **PAG. 23**
- 2.8** Controlli **PAG. 35**
- 2.9** Matrice riassuntiva obblighi regolamentari **PAG. 37**

## 03 COMUNICAZIONE DI PROGETTO

- 3.1** Comunicazione di progetto **PAG. 39**
- 3.2** Impostare un piano di comunicazione di progetto **PAG. 39**
- 3.3** Scrivere: comunicare in modo chiaro **PAG. 42**
- 3.4** Organizzare la comunicazione di progetto **PAG. 43**

01 LOGO  
DI PROGRAMMA

# Interreg

Il Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera ha aderito alla proposta della Commissione europea e di InterAct di un logo unico "Interreg", un marchio armonizzato che identifica la Cooperazione Territoriale Europea. Con un nome semplice, identico in tutte le lingue, il logo "Interreg" consente di individuare con chiarezza i programmi di cooperazione

europei (72 in tutta Europa). Il "Brand" è molto più di un logo: esso possiede elementi caratterizzanti quali colori e caratteri tipografici che creano un layout, una combinazione di elementi che lo rendono unico e consentono di riconoscerlo. Con un Brand Interreg è più facile:

- **identificare** i finanziamenti per la cooperazione Interreg;

- **riconoscere** i progetti di cooperazione a livello europeo;
- **rispondere** alle prescrizioni regolamentari (rispetta le proporzioni e contiene la bandiera dell'Unione europea, il nome del Fondo, il nome del Programma).
- **produrre** effetti positivi e ricadute importanti nelle attività di comunicazione

attraverso una visibilità più chiara dei **risultati Interreg**;

- **raggiungere** facilmente la politica e i responsabili delle decisioni.

**Interreg è un Brand** sempre più familiare, soprattutto quando la cooperazione territoriale in Europa risponde sì ai bisogni locali, ma aspira anche ad essere una forza trainante dell'integrazione europea.

## 1.2 LOGO DEL PROGRAMMA DI COOPERAZIONE INTERREG V-A ITALIA-SVIZZERA



Il Logo del Programma è composto da 7 elementi obbligatori:

1. **logotipo Interreg** (all'interno del quale è iscritto un arco/ponte);
2. riferimento al Programma, nelle tre lingue parlate nell'area di cooperazione;
3. emblema dell'Unione Europea (bandiera europea);

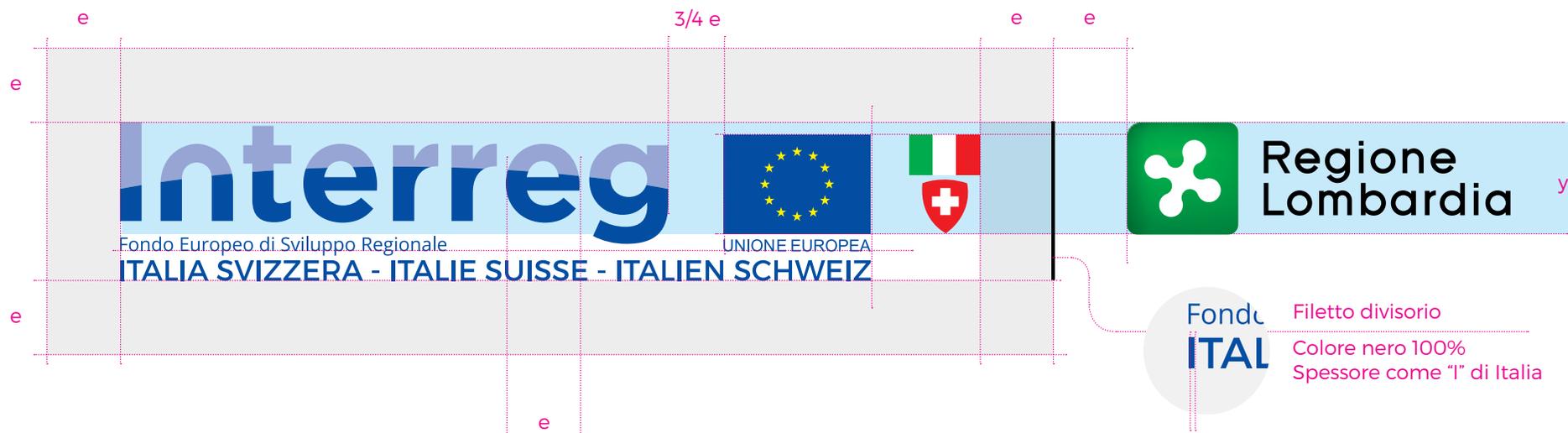
4. riferimento all'Unione Europea (la scritta "Unione Europea" in lingua italiana);
5. bandiera dello Stato italiano;
6. bandiera della Confederazione Elvetica;
7. evidenza del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (in lingua italiana).

La frase scelta dall'Autorità di Gestione per identificare la sfida al cambiamento che

il Programma si propone di determinare è **"Cooperazione transfrontaliera. Opportunità senza confini"** ed è simbolicamente rappresentato da **"Il treno rosso"** con due locomotive, una italiana e una svizzera dal quale escono le idee progettuali che daranno origine alla cooperazione<sup>2</sup>.



## 1.3 USO DEL LOGO DI PROGRAMMA



Repubblica e Cantone  
Ticino



Kanton Graubünden  
Chantun Grischun  
Cantone dei Grigioni



Il logo è costituito da elementi in cui l'unità base di larghezza è la lettera "e". L'altezza della bandiera è la stessa della lettera "I" di Interreg. La denominazione del Programma (ITALIA SVIZZERA – ITALIE SUISSE – ITALIEN SCHWEIZ) si estende sotto il logotipo Interreg fino alla bandiera dell'Unione

Europea compresa. L'etichetta "UNIONE EUROPEA" è collocata sulla medesima linea del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, in carattere *Aria*<sup>3</sup> maiuscolo e percorre l'intera lunghezza della bandiera europea. Sul lato destro sono collocate, in posizione equidistante, la bandiera italiana (sopra)

e svizzera (sotto). Completano il layout colori, caratteri tipografici e struttura. Il logo Interreg è sempre collocato in prima posizione con proporzione visibile. **Questa versione del logo è utilizzabile dagli organismi di Programma, dall'Autorità di Gestione e dalle**

**Amministrazioni corresponsabili.** Le Amministrazioni italiane e i Cantoni svizzeri possono aggiungere, se lo desiderano, il proprio logo per le operazioni a titolarità regionale realizzate nella propria area di riferimento. Esso sarà collocato al lato destro del logo di Programma.

3. Carattere definito dall'art. 4, par. 4 dalla Commissione europea. Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014. Esso non può essere cambiato.

## 1.4 COLORI DEL LOGO DI PROGRAMMA



Colori	Pantone Colori spot.	CMYK Stampa a colori di processo, 100 gradazioni di colore per canale. C = ciano, M = magenta, Y = giallo, K = nero	RGB Campione di colori per monitor con 256 gradazioni per canale. R = rosso, G = verde, B = blu	Esadecimale Sistema simile a RGB, tuttavia con gradazioni da "00" a "FF" (esadecimale) per canale. Questo sistema è preferibilmente impiegato per la progettazione di siti Web.
 BLU EUROPA	REFLEX BLUE	<b>C</b> 100 \ <b>M</b> 80 \ <b>Y</b> 0 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 0 \ <b>G</b> 51 \ <b>B</b> 153	003399
 BLU CIELO	2716	<b>C</b> 41 \ <b>M</b> 30 \ <b>Y</b> 0 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 159 \ <b>G</b> 174 \ <b>B</b> 229	9FAEE5
 GIALLO STELLA	YELLOW	<b>C</b> 0 \ <b>M</b> 0 \ <b>Y</b> 100 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 255 \ <b>G</b> 204 \ <b>B</b> 0	FFCC00
 VERDE FLAG	355	<b>C</b> 90 \ <b>M</b> 0 \ <b>Y</b> 100 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 0 \ <b>G</b> 171 \ <b>B</b> 78	00AB4E
 ROSSO FLAG	485	<b>C</b> 0 \ <b>M</b> 100 \ <b>Y</b> 100 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 211 \ <b>G</b> 6 \ <b>B</b> 26	D3061A

Il logo è composto da 6 colori: la bandiera europea è blu con una corona di dodici stelle dorate<sup>4</sup>, la bandiera svizzera è rossa

con una croce bianca al centro, quella italiana è composta da tre bande verticali color verde, bianco e rosso e la scritta

INTERREG è nella parte inferiore del medesimo blu della bandiera europea e nella parte superiore di un blu più chiaro.

4. Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014 allegato II.

## 1.4 COLORI DEL LOGO DI PROGRAMMA



Colori	Pantone Colori spot.	CMYK Stampa a colori di processo, 100 gradazioni di colore per canale. C = ciano, M = magenta, Y = giallo, K = nero	RGB Campione di colori per monitor con 256 gradazioni per canale. R = rosso, G = verde, B = blu	Esadecimale Sistema simile a RGB, tuttavia con gradazioni da "00" a "FF" (esadecimale) per canale. Questo sistema è preferibilmente impiegato per la progettazione di siti Web.
<b>BLU EUROPA</b>	REFLEX BLUE	<b>C 100 \ M 80 \ Y 0 \ B 0</b>	<b>R 0 \ G 51 \ B 153</b>	003399
<b>NERO</b>	PROCESS BLACK	<b>C 0 \ M 0 \ Y 0 \ B 100</b>	<b>R 26 \ G 26 \ B 26</b>	221F20

La versione monocromatica, quando necessaria, è utilizzabile nei colori bianco nero/azzurro nelle seguenti modalità.

## 1.5 DIMENSIONI DEL LOGO DI PROGRAMMA



  
mm. 38,1


Media	Formato	Dimensione minima	Dimensione ideale
<b>PRINT</b>			
A4 verticale	210 x 279 mm	38,1 mm	80,4 mm
A4 orizzontale	279 x 210 mm	38,1 mm	80,4 mm
A5 verticale	148 x 210 mm	38,1 mm	38,1 mm
Business card	85 x 55 mm	35,1 mm	35,1 mm
Segnaletica orizzontale	Grandi formati (A2+)	lato lungo/6	lato lungo/5
Segnaletica verticale	Grandi formati (A2+)	lato corto/5	lato corto/4
<b>SCREEN</b>			
Smartphone	960 x 640 px	240 px	300 px
Tablet	1024 x 768 px	240 px	300 px
Laptop/Desktop	1920 x 1080 px \ 2560 x 1440 px	300 px	400 px
<b>POWERPOINT</b>			
16:9	254 x 142,88 mm	32,6 mm	68,8 mm
<b>VIDEO</b>			
FullHD & HD	1920 x 1080 px \ 1280 x 720 px	300 px	400 px
SD	1050 x 576 px	240 px	300 px

Visibilità e proporzione del logo variano a seconda degli strumenti informativi e della loro grandezza: per tale ragione differiscono per stampa, schermo e video.

Sono disponibili appositi formati scaricabili dagli appositi link del presente manuale. Il Logo è ben visibile su tutti gli strumenti di comunicazione e le sue dimensioni

ideali corrispondono a 80,4 mm, mentre la dimensione minima non può essere inferiore a 38,1 mm. Quando la dimensione minima non

consente di distinguere la scritta Fondo europeo di Sviluppo Regionale, esso deve essere indicato con lo specifico simbolo a margine della pagina.

## 1.6 STILE TIPOGRAFICO

### OPEN SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890



Light Regular  
**SemiBold Bold**

Comunicazione generale, titoli,  
headline, body copy, didascalie, ecc.

### MONTSERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890



Regular

Estensioni del marchio, nome  
del programma, nome del progetto,  
info accessorie

### VOLLKORN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890



Regular **SemiBold**  
**Bold Black**

Font alternativa all'Open Sans per la  
comunicazione generale, titoli, headline,  
body copy, didascalie, ecc.

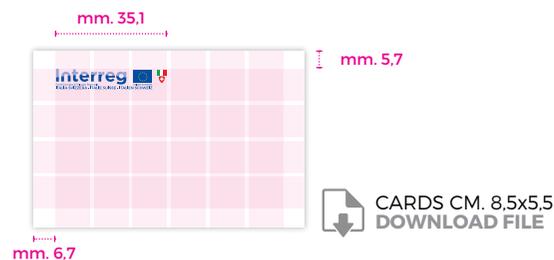
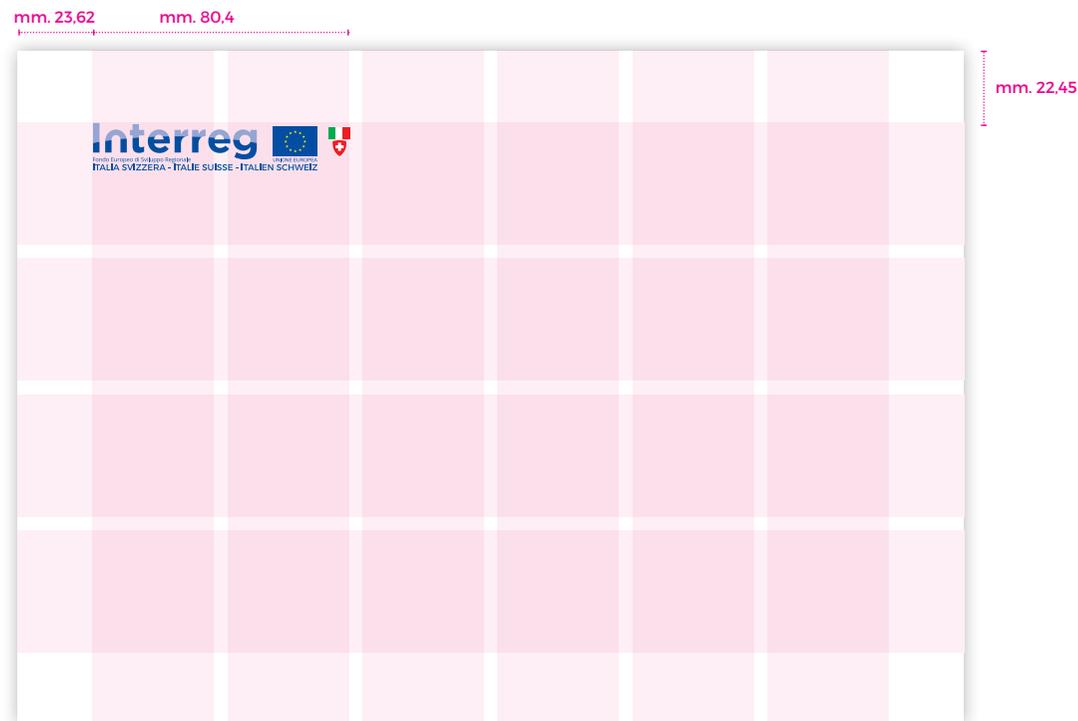
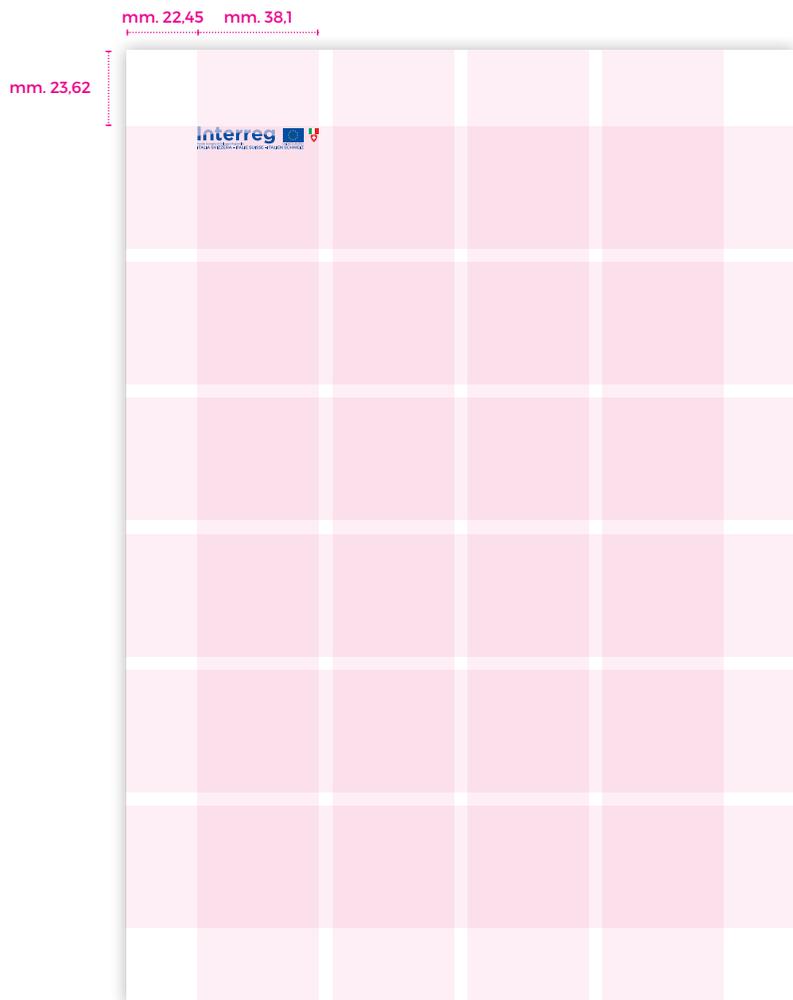
Per i loghi di programma il riferimento al Fondo europeo di sviluppo regionale è in carattere **Open Sans Regular**, la scritta

UNIONE EUROPE E ITALIA SVIZZERA - ITALIE SUISSE - ITALIEN SCHWEIZ è in **Montserrat Regular**, la scritta UNIONE EUROPEA è in

Arial<sup>5</sup>. Il carattere è stato ottimizzato per le interfacce di stampa, Web e mobile e ha un'eccellente leggibilità. Come serif

alternativo è stato scelto **Vollkorn**. Tutti i caratteri tipografici sono disponibili gratuitamente, compresi i kit di font web.

# 1.7 POSIZIONE DEL LOGO DI PROGRAMMA



In questa tavola gli esempi di carta intestata, slide, biglietto da visita.

## 1.8 OBIETTIVI TEMATICI



ASSE I  
COMPETITIVITÀ  
DELLE IMPRESE

PANTONE 3115

C 71 \ M 0 \ Y 19 \ B 0

R 28 \ G 184 \ B 207

1CB8CF



ASSE II  
VALORIZZAZIONE  
DEL PATRIMONIO  
NATURALE  
E CULTURALE

PANTONE 382

C 49 \ M 0 \ Y 99 \ B 0

R 152 \ G 194 \ B 34

98C222



ASSE III  
MOBILITÀ  
INTEGRATA  
E SOSTENIBILE

PANTONE COOL GRAY 9

C 46 \ M 37 \ Y 34 \ B 15

R 138 \ G 137 \ B 140

8A898C



ASSE IV  
SERVIZI PER  
L'INTEGRAZIONE  
DELLA COMUNITÀ

PANTONE 513

C 43 \ M 70 \ Y 12 \ B 0

R 163 \ G 98 \ B 152

A36298



ASSE V  
RAFFORZAMENTO  
DELLA GOVERNANCE  
FRONTALIERA

PANTONE 3145

C 87 \ M 32 \ Y 35 \ B 16

R 60 \ G 116 \ B 134

3C7486



Degli 11 obiettivi tematici individuati dalla Commissione europea per contribuire alla realizzazione di Europa 2020, il Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera ne ha individuati 5 che corrispondono agli assi prioritari i cui colori ed icone

sono utilizzati ogni qualvolta si intenda comunicare tali obiettivi o i progetti (vedi sezione logo progetti) che gli corrispondono. Essi identificano anche l'appartenenza di un progetto ad uno specifico asse tematico (si veda più avanti nelle presenti Linee Guida).

**Pantone** Colori spot.

**CMYK** Stampa a colori di processo, 100 gradazioni di colore per canale. C = ciano, M = magenta, Y = giallo, K = nero

**RGB** Campione di colori per monitor con 256 gradazioni per canale.

R = rosso, G = verde, B = blu

**Esadecimale**

Sistema simile a RGB, tuttavia con gradazioni da "00" a "FF" (esadecimale) per canale. Questo sistema è preferibilmente impiegato per la progettazione di siti Web.

# 02 LOGO DI PROGETTO

## 2.1 CINQUE TEMI PRIORITARI



La presente sezione illustra come applicare il **logo di Programma** a livello di progetto, uso, proporzioni e colori. I beneficiari, che sono tenuti ad ottemperare alle disposizioni dell'Unione

Europea, trovano in tale logo già soddisfatti gli obblighi regolamentari, con quelli caratterizzanti il progetto: **le icone, il colore dell'asse tematico e l'acronimo** rispettandone le corrette proporzioni.

Compongono il logo di progetto:

1. il logo di Programma;
2. icona di riferimento dell'asse tematico (tavola 1.8 - pag. 13);

3. un riquadro del colore dell'Asse nel quale sarà inserito l'**acronimo di progetto in carattere Monsterrat Regular** colore bianco.

## 2.1 CINQUE TEMI PRIORITARI

ASSE I



ASSE II

ASSE III



ASSE IV



ASSE V

## 2.2 USO DEL LOGO DI PROGETTO



La distanza fra i loghi è variabile. I archi inseriti vanno infatti posizionati più a destra possibile rispetto all'area disponibile (vedi esempi tavole da pag. 24 a pag. 33).

I beneficiari sono tenuti ad utilizzare il logo in tutti i materiali di comunicazione cartacei, digitali, nei siti web e sui social media; esso deve essere ben visibile e individuabile

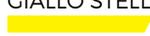
durante gli eventi. Sui materiali il logo assume posizione preminente a sinistra e le sue dimensioni non possono essere inferiori a qualsiasi

altro logo incluso nel medesimo materiale. Qualora il partenariato si fosse già dotato di un proprio logo autonomo, si richiede di collocarlo in misura proporzionata sul

lato destro, senza superare per dimensioni quello fornito dall'Autorità di Gestione.

## 2.3 COLORI DEL LOGO DI PROGETTO



Colori	Pantone Colori spot.	CMYK Stampa a colori di processo, 100 gradazioni di colore per canale. C = ciano, M = magenta, Y = giallo, K = nero	RGB Campione di colori per monitor con 256 gradazioni per canale. R = rosso, G = verde, B = blu	Esadecimale Sistema simile a RGB, tuttavia con gradazioni da "00" a "FF" (esadecimale) per canale. Questo sistema è preferibilmente impiegato per la progettazione di siti Web.
 BLU EUROPA	REFLEX BLUE	<b>C</b> 100 \ <b>M</b> 80 \ <b>Y</b> 0 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 0 \ <b>G</b> 51 \ <b>B</b> 153	003399
 BLU CIELO	2716	<b>C</b> 41 \ <b>M</b> 30 \ <b>Y</b> 0 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 159 \ <b>G</b> 174 \ <b>B</b> 229	9FAEE5
 GIALLO STELLA	YELLOW	<b>C</b> 0 \ <b>M</b> 0 \ <b>Y</b> 100 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 255 \ <b>G</b> 204 \ <b>B</b> 0	FFCC00
 VERDE FLAG	355	<b>C</b> 90 \ <b>M</b> 0 \ <b>Y</b> 100 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 0 \ <b>G</b> 171 \ <b>B</b> 78	00AB4E
 ROSSO FLAG	485	<b>C</b> 0 \ <b>M</b> 100 \ <b>Y</b> 100 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 211 \ <b>G</b> 6 \ <b>B</b> 26	D3061A
 ASSE I	3115	<b>C</b> 71 \ <b>M</b> 0 \ <b>Y</b> 19 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 28 \ <b>G</b> 184 \ <b>B</b> 207	1CB8CF
 ASSE II	382	<b>C</b> 49 \ <b>M</b> 0 \ <b>Y</b> 99 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 152 \ <b>G</b> 194 \ <b>B</b> 34	98C222
 ASSE III	COOL GRAY 9	<b>C</b> 46 \ <b>M</b> 37 \ <b>Y</b> 34 \ <b>B</b> 15	<b>R</b> 138 \ <b>G</b> 137 \ <b>B</b> 140	8A898C
 ASSE IV	513	<b>C</b> 43 \ <b>M</b> 70 \ <b>Y</b> 12 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 163 \ <b>G</b> 98 \ <b>B</b> 152	A36298
 ASSE V	3145	<b>C</b> 87 \ <b>M</b> 32 \ <b>Y</b> 35 \ <b>B</b> 16	<b>R</b> 60 \ <b>G</b> 116 \ <b>B</b> 134	3C7486

Compongono il logo di progetto i colori del logo di Programma descritti sopra con l'aggiunta di un ulteriore colore tra

i 5 previsti per i rispettivi Assi. Il logo di progetto è pubblicato a colori sui siti web. In tutti gli altri mezzi di comunicazione, il

colore è impiegato ogni qualvolta possibile; una versione monocromatica può essere utilizzata solo in casi giustificati

## 2.3 COLORI DEL LOGO DI PROGETTO



Colori	Pantone Colori spot.	CMYK Stampa a colori di processo, 100 gradazioni di colore per canale. C = ciano, M = magenta, Y = giallo, K = nero	RGB Campione di colori per monitor con 256 gradazioni per canale. R = rosso, G = verde, B = blu	Esadecimale Sistema simile a RGB, tuttavia con gradazioni da "00" a "FF" (esadecimale) per canale. Questo sistema è preferibilmente impiegato per la progettazione di siti Web.
 BLU EUROPA	REFLEX BLUE	<b>C</b> 100 \ <b>M</b> 80 \ <b>Y</b> 0 \ <b>B</b> 0	<b>R</b> 0 \ <b>G</b> 51 \ <b>B</b> 153	003399
 NERO	PROCESS BLACK	<b>C</b> 0 \ <b>M</b> 0 \ <b>Y</b> 0 \ <b>B</b> 100	<b>R</b> 26 \ <b>G</b> 26 \ <b>B</b> 26	221F20

La versione monocromatica, quando necessaria, è utilizzabile nei colori bianco nero/azzurro nelle seguenti modalità.

## 2.4 DIMENSIONI DEL LOGO DI PROGETTO



  
mm. 38,1


Media	Formato	Dimensione minima	Dimensione ideale
<b>PRINT</b>			
A4 verticale	210 x 279 mm	38,1 mm	80,4 mm
A4 orizzontale	279 x 210 mm	38,1 mm	80,4 mm
A5 verticale	148 x 210 mm	38,1 mm	38,1 mm
Business card	85 x 55 mm	35,1 mm	35,1 mm
Segnaletica orizzontale	Grandi formati (A2+)	lato lungo/6	lato lungo/5
Segnaletica verticale	Grandi formati (A2+)	lato corto/5	lato corto/4
<b>SCREEN</b>			
Smartphone	960 x 640 px	240 px	300 px
Tablet	1024 x 768 px	240 px	300 px
Laptop/Desktop	1920 x 1080 px \ 2560 x 1440 px	300 px	400 px
<b>POWERPOINT</b>			
16:9	254 x 142,88 mm	32,6 mm	68,8 mm
<b>VIDEO</b>			
FullHD & HD	1920 x 1080 px \ 1280 x 720 px	300 px	400 px
SD	1050 x 576 px	240 px	300 px

La visibilità e la proporzione del logo variano a seconda degli strumenti informativi utilizzati e della loro grandezza. Esso è sempre chiaramente visibile e occupa una posizione di primo piano,

è ben visibile su tutti gli strumenti di comunicazione e le sue dimensioni ideali corrispondono a 80,4 mm, mentre la dimensione minima non può essere inferiore a 38,1.

In modo similare rispetto al logo di Programma, quando la dimensione minima non consente di distinguere la scritta Fondo europeo di Sviluppo Regionale, deve essere riportato lo specifico simbolo con la scritta

“Fondo Europeo di Sviluppo Regionale” e la specifica menzione (tavola 2.1 - pag. 16). Agli oggetti promozionali di dimensioni ridotte non si applica l'obbligo di fare riferimento al Fondo.

## 2.5 STILE TIPOGRAFICO

### OPEN SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890



Light Regular  
**SemiBold Bold**

Comunicazione generale, titoli,  
headline, body copy, didascalie, ecc.

### MONTERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890



Regular

Estensioni del marchio, nome  
del programma, nome del progetto,  
info accessorie

### VOLLKORN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890



Regular **SemiBold**  
**Bold Black**

Font alternativa all'Open Sans per la  
comunicazione generale, titoli, headline,  
body copy, didascalie, ecc.

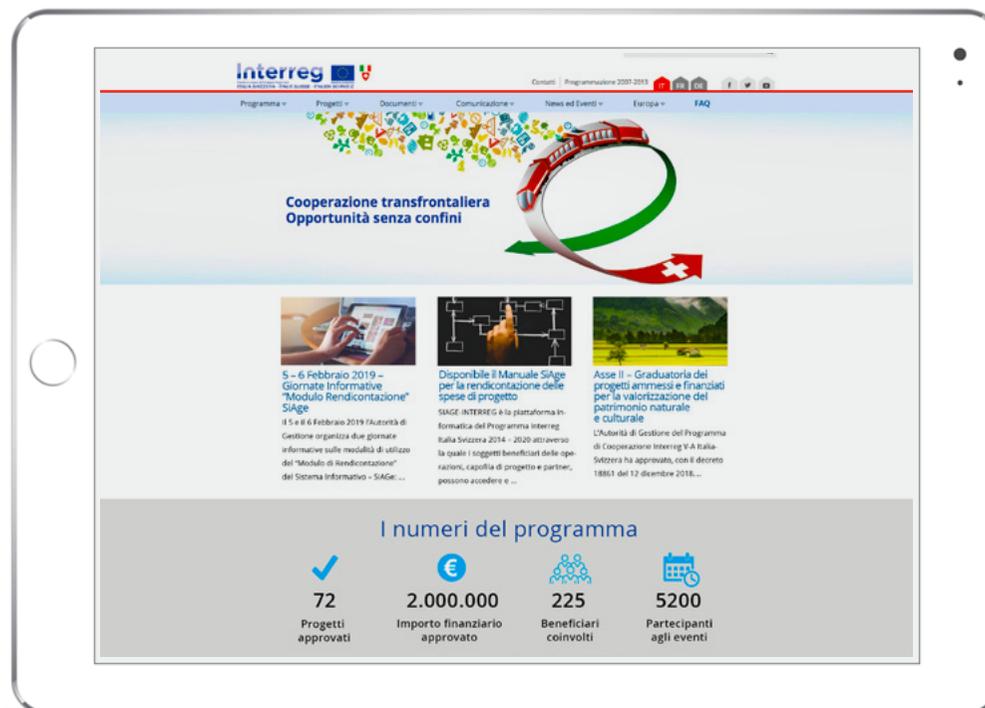
Per i loghi di Programma il riferimento al Fondo europeo di sviluppo regionale è in carattere **Open Sans Regular**, la scritta

UNIONE EUROPE E ITALIA SVIZZERA - ITALIE SUISSE - ITALIEN SCHWEIZ è in **Montserrat Regular**, la scritta UNIONE EUROPEA è in

Arial<sup>6</sup>. Il carattere è stato ottimizzato per le interfacce di stampa, Web e mobile e ha un'eccellente leggibilità. Come serif

alternativo è stato scelto **Vollkorn**. Tutti i caratteri tipografici sono disponibili gratuitamente, compresi i kit di font web.

## 2.6 USO DEL LOGO NEL SITO WEB DEL PROGETTO



Il progetto deve informare il pubblico circa il sostegno ottenuto dal Programma e dal Fondo europeo di sviluppo regionale fornendo una breve descrizione del progetto, delle sue finalità, dei risultati e del sostegno finanziario ricevuto su un sito web del progetto.

I beneficiari, sia che realizzino una pagina web, sia un sito web avranno cura che:

- il logo di progetto sia reso visibile all'interno dell'area di visualizzazione del dispositivo digitale senza che l'utente debba scorrere la pagina verso il basso,

preferibilmente in alto a sinistra in dimensioni proporzionate;

- il riferimento al Fondo europeo di Sviluppo regionale è reso visibile sul medesimo sito web.

I progetti sono tenuti ad usare attivamente il sito. Ogni progetto deve provvedere affinché siano presenti i principali elaborati di progetto, i risultati unitamente ad un

rapporto delle attività svolte, le attività di comunicazioni, così da offrire un quadro aggiornato dello stato di attuazione del progetto. Arricchiscono il sito: video, foto, infografiche.

Per i progetti che non avessero previsto la realizzazione del sito web volendo usufruire della Piattaforma Siti Web dell'Autorità di Gestione, qualora nella fase transitoria la

stessa non risulti pienamente disponibile, potranno attivare una pagina web nel proprio sito istituzionale dando evidenza al progetto come sopra menzionato. Sarà cura dell'AdG informare i beneficiari circa lo stato dello sviluppo di tale piattaforma.

Per i progetti i cui siti web si configurino come output di progetto, dovrà essere garantita la presenza online per almeno 5 anni successivi alla data di conclusione del progetto, e tale costo è da considerarsi ammissibile quale stabilità delle operazioni.

## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA

In questa sezione vengono forniti alcuni strumenti di comunicazione che i beneficiari possono utilizzare in modalità aperta per le loro attività di comunicazione: poster, targhe, etichette, adesivi, cartelloni le cui prescrizioni rientrano negli obblighi dei beneficiari. Una matrice riassuntiva dei principali obblighi in relazione agli strumenti di comunicazione è riportata in calce alla presente sezione.

Oltre ai materiali obbligatori, il Programma mette a disposizione alcuni strumenti che possono costituire un valido aiuto per i beneficiari e l'intero partenariato di progetto. Il materiale può essere scaricato, personalizzato e riprodotto da parte dei progetti utilizzando i formati ad alta risoluzione. I materiali sono scaricabili cliccando direttamente sull'immagine oppure accedendo ad una Library nella sezione Comunicazione del Sito Web di Programma <http://interreg-italisvizzer.eu>

Per garantire proporzioni e layout coerenti è stato creato un sistema di griglia unificato. Usando questo metodo, è possibile creare griglie per tutte le applicazioni e dimensioni dei documenti. La griglia si basa su un elemento base con lato di 38,1 mm e ripetuto a distanza di 4,23 mm l'uno dall'altro. La griglia inizia e termina sempre con un elemento base, i margini rimanenti non sono mai più grandi di questo elemento.



STRUTTURA GABBIA

## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA

### POSTER<sup>6</sup>

Qualsiasi operazione, il cui sostegno pubblico risulti inferiore a 500.000,00 €, realizza un Poster (la cui dimensione minima è A3) con informazioni sul progetto, incluso il sostegno finanziario dell'UE, da collocare in posizione visibile al pubblico, preferibilmente in un'area di ingresso di un edificio. Il Poster deve rimanere visibile per l'intera durata del progetto. Sono considerate informazioni rilevanti: oltre al logo di progetto, il titolo/acronimo, una immagine che lo caratterizzi, il costo totale di progetto, il contributo della UE, il partenariato e/o i capofila di parte italiana e svizzera, una descrizione del progetto e gli obiettivi, la durata, i contatti e i riferimenti di sito web e social media.



DOWNLOAD FILE \ A3



DOWNLOAD FILE \ CM. 35 x 50



DOWNLOAD FILE \ CM. 50 x 70



## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA

### ROLL UP

Nel caso di utilizzo di Roll up si consiglia la misura di cm. 100x200, preferibile a formanti standard inferiori, in quanto consente maggior spazio per la comunicazione. Se possibile non inserire contenuti sotto i 50 cm. di altezza onde evitare di comprometterne la leggibilità.

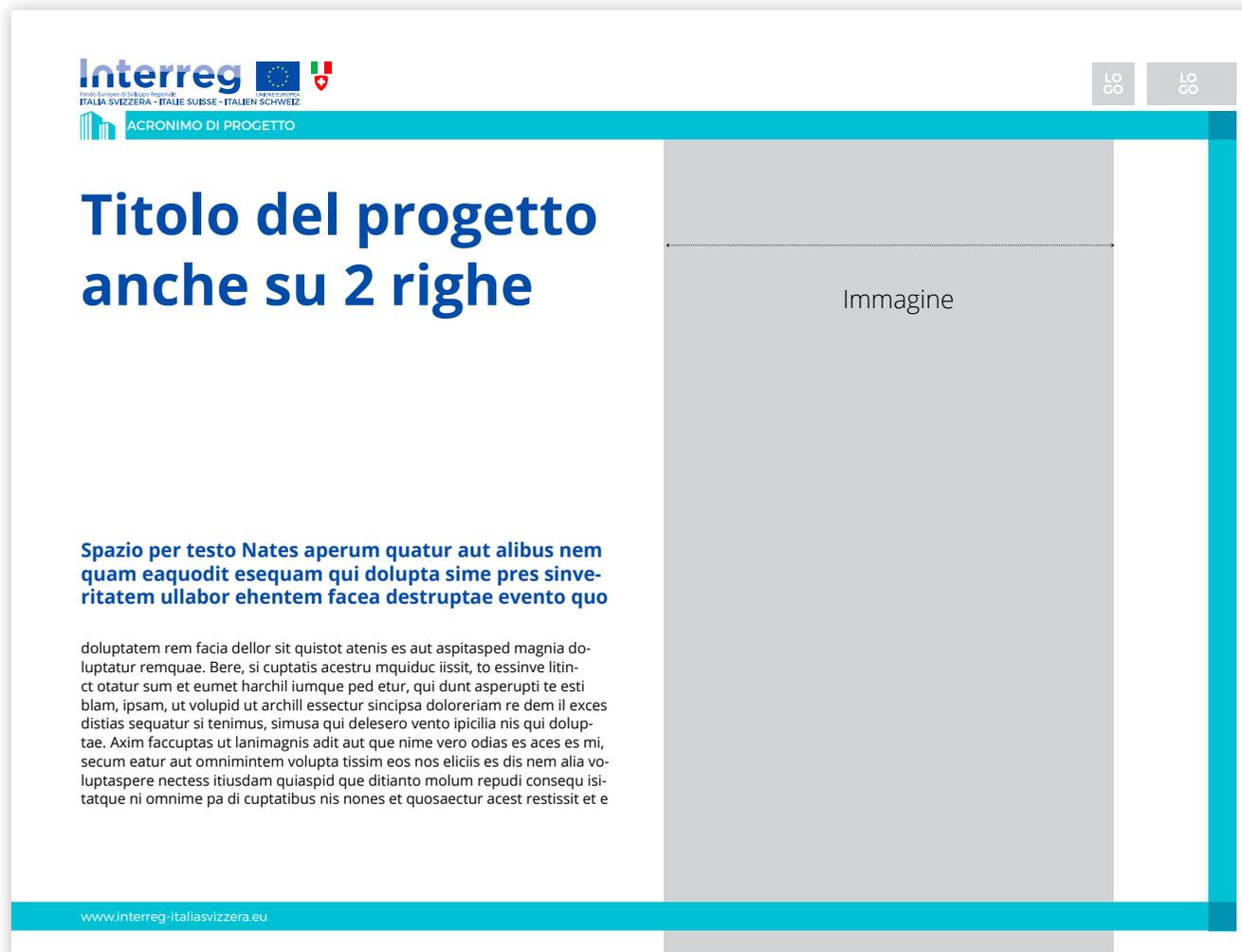
DOWNLOAD FILE \ CM. 100 x 200



## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA

### CARTELLONI<sup>7</sup>

Quando il progetto include un significativo finanziamento di infrastrutture o la costruzione di opere per le quali il sostegno all'operazione superi i 500.000,00 €, il beneficiario è tenuto a realizzare un cartellone pubblicitario (di dimensioni almeno 2 metri per 1,5) da collocare in posizione visibile al pubblico. Esso dovrà prevedere, oltre al logo di progetto, il titolo/acronimo, il budget e il riferimento al finanziamento europeo, nonché il nome del beneficiario ed una immagine significativa della struttura ad inizio lavori. A conclusione dell'operazione i cartelloni temporanei sono sostituiti da targhe definitive.



DOWNLOAD FILE \ CM. 200 X 150



## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA

### TARGHE PERMANENTI<sup>8</sup>

Entro tre mesi dal completamento di un progetto, il beneficiario deve esporre una targa o un tabellone permanente di dimensioni significative posta in posizione facilmente visibile al pubblico per ogni operazione che soddisfi i seguenti criteri:

- il totale sostegno pubblico all'operazione supera i 500.000 €
- il progetto consiste nell'acquisto di un oggetto fisico o nel finanziamento di infrastrutture o di operazioni di costruzione.

La targa o il tabellone pubblicitario devono indicare il nome, l'obiettivo principale del Progetto, il budget e il nome del beneficiario. Deve anche includere il logo del progetto e il riferimento del finanziamento.



DOWNLOAD FILE \ CM. 100 x 150



<sup>8</sup> Targa permanente o cartellone permanente di cui al punto 5 della sezione 2.2. Allegato XII del Regolamento (UE) n. 1303/2013

## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA

### ETICHETTE

In caso di acquisto di attrezzature dev'essere posizionata in un punto visibile dello strumento un'etichetta contenente le seguenti informazioni obbligatorie:

- il logo del progetto e l'indirizzo del sito web di Programma
- il nome del progetto
- il riferimento del finanziamento
- il budget del progetto.

L'adesivo deve essere posizionato su ogni pezzo di equipaggiamento. Per la protezione dalla pioggia o dal sole, si consiglia un adesivo in PVC con lucidatura UV. Dimensioni minime pari a 1/16 della superficie più visibile dell'apparecchiatura.



The image shows a template for a project label. At the top left is the 'Interreg' logo with the text 'Fondo Europeo di Sviluppo Regionale ITALIA SVIZZERA - ITALIE SUISSE - ITALIEN SCHWEIZ' and the European Union flag. To the right are two 'LO CO' boxes. Below the logo is a blue bar with 'ACRONIMO DI PROGETTO'. The main title is 'Titolo del progetto'. Below it are fields for 'ID' and 'CUP', 'Categoria di spesa', and 'Importo imputato', each with a dotted line for input. At the bottom right is the 'Fondo Europeo di Sviluppo Regionale' logo. At the bottom left is the website 'www.interreg-italiasvizzera.eu'.

Dimensioni consigliate: minimo 1/16 della superficie più visibile dell'apparecchiatura.

DOWNLOAD FILE \ CM. 15 x 10



## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA CARTA INTESTATA



Sono poi forniti alcuni strumenti facilitanti la progettazione degli strumenti a livello progettuale quali: **carta intestata**, biglietto da visita, slides, timbro.

DOWNLOAD FILE \ A4



## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA BIGLIETTO DA VISITA



Sono poi forniti alcuni strumenti facilitanti la progettazione degli strumenti a livello progettuale quali: carta intestata, **biglietto da visita**, slides, timbro.

DOWNLOAD FILE \ CM. 5,5 x 8,5



## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA SLIDES



Sono poi forniti alcuni strumenti facilitanti la progettazione degli strumenti a livello progettuale quali: carta intestata, biglietto da visita, **slides**, timbro.

DOWNLOAD FILE \ A4



## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA

### TIMBRO



The stamp template includes the following elements:

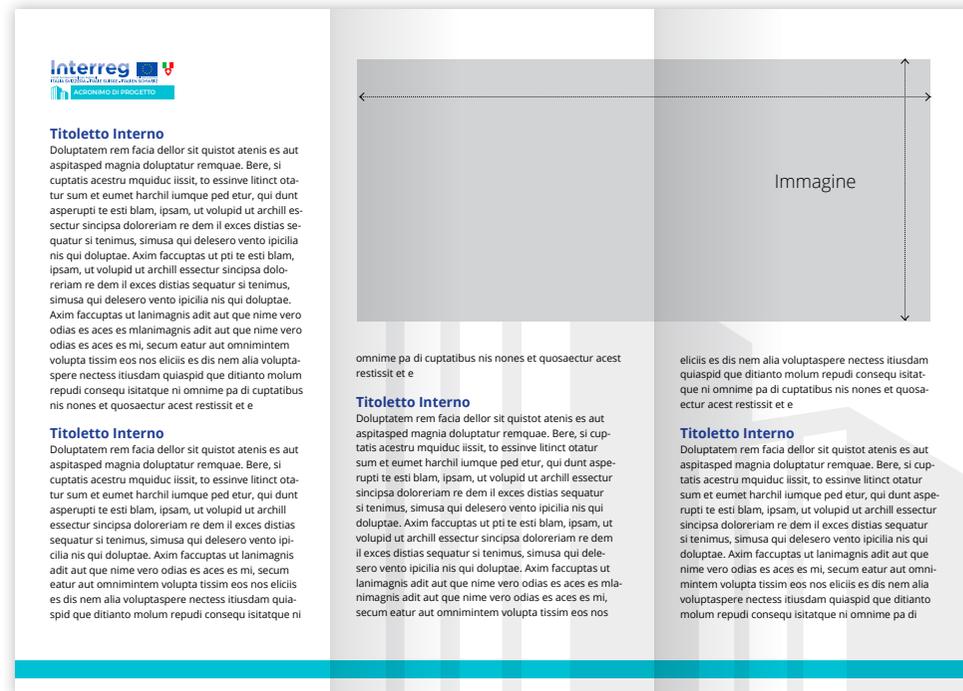
- Interreg** logo with the text "Fondo Europeo di Sviluppo Regionale" and "ITALIA SVIZZERA - ITALIE SUISSE - ITALIEN SCHWEIZ".
- Logos for the **Unione Europea** and the **Confederazione Svizzera**.
- Logo for the **Fondo Europeo di Sviluppo Regionale**.
- A field for the **ACRONIMO DI PROGETTO**.
- Fields for **ID** and **CUP**.
- A field for **ID Rendicontazione**.
- A field for **Importo imputato**.

DOWNLOAD FILE \ CM. 6x4



Sono poi forniti alcuni strumenti facilitanti la progettazione degli strumenti a livello progettuale quali: carta intestata, biglietto da visita, slides, **timbro** (formato reale cm. 6x4, l'esempio indicato nella tavola è al 150%).

# 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA PIEGHEVOLE



La realizzazione di un pieghevole deve prevedere il posizionamento del logo in alto a sinistra, in posizione preminente. Il pieghevole, quando dedicato al progetto, deve contenere come minimo i seguenti argomenti:

- titolo/acronimo del progetto;
- immagine significativa;
- informazione sul progetto quali: obiettivo, importo complessivo, sostegno finanziario dell'Unione europea (programma / FESR), altro contributo

- nazionale/autofinanziamento
- testi (ev. Azioni, risultati etc.)
- partenariato
- riferimenti contatti, sito web, social / media

DOWNLOAD FILE \ A4



## 2.7 STRUMENTI DELL'IDENTITÀ VISIVA

### MENZIONE

In tutti gli strumenti e le attività di comunicazione, in riferimento al finanziamento da parte dell'Unione Europea deve essere chiaramente indicato che si tratta del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) e di risorse nazionali. Occorre quindi che in tutti i materiali di comunicazione si aggiunga *“Operazione co-finanziata dall’Unione Europea, Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, dallo Stato Italiano, dalla Confederazione elvetica e dai Cantoni nell’ambito del Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera”*. Tale menzione deve essere inserita nella pagina finale del materiale promozionale o nella sezione inferiore del Sito Web di Progetto.

PER LA STESURA DELLA MENZIONE UTILIZZARE FONT  
OPEN SANS SENIBOLD ITALIC M/m

*Operazione co-finanziata dall’Unione europea,  
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, dallo  
Stato Italiano, dalla Confederazione elvetica  
e dai Cantoni nell’ambito del Programma  
di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera*

Ai fini dell'ammissibilità della spesa, fatte salve le indicazioni fornite nelle Linee Guida per i beneficiari, ai progetti è consentito, nei primi mesi di attuazione delle azioni di comunicazione, l'utilizzo del solo Logo

di Programma secondo le indicazioni già fornite dal Segretariato Congiunto e dal Communication Manager. Le presenti Linee Guida per l'Informazione e la Comunicazione entrano in vigore a far data

dalla approvazione da parte dell'Autorità di Gestione del Programma (9 aprile 2019).

La perfetta rispondenza ai fini dell'ammissibilità della spesa inizia a

valere da tale data. Si riporta di seguito promemoria della *Check List*<sup>9</sup> relativa alle attività di comunicazione applicata in sede di controllo ai fini dell'ammissibilità della spesa.

## RISPETTO DEGLI OBBLIGHI IN MATERIA DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

Elenco dei prodotti di informazione e comunicazione verificati

### ARGOMENTI DI VERIFICA

Le misure di informazione (materiali realizzati, pieghevoli, inviti, targhe, Social Media, e tutti gli output di comunicazione) presentano il logo dell'Unione Europea, del Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera e del Fondo europeo di Sviluppo Regionale nelle modalità indicate nelle Linee Guida per l'Informazione e la comunicazione?

L'emblema dell'Unione, il riferimento al Programma e al Fondo sono chiaramente visibili e occupano una posizione di primo piano con dimensioni adeguate a quelle del materiale di comunicazione?

Il nome dell'Unione Europea è scritto per esteso?

L'emblema dell'Unione Europea è conforme per carattere, dimensione, proporzione, colore alle prescrizioni regolamentari (Allegato II Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014) e a quelle contenute nelle Linee Guida per l'Informazione e la comunicazione?

Documenti utilizzati per azioni di informazione per il pubblico o per i partecipanti ad eventi, convegni e corsi di formazione contengono l'indicazione che sono stati finanziati dal Programma e dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale?

### ELEMENTI UTILI AL CONTROLLO

Output realizzati, compreso sito web, Cartellonistica, affissioni e targhe.  
Documentazione azioni di pubblicità svolte.

### ESITO

### NOTE



## 2.8 CONTROLLI



ARGOMENTI DI VERIFICA	ELEMENTI UTILI AL CONTROLLO	ESITO	NOTE
<b>Sito web</b>	Output realizzati, compreso sito web, Cartellonistica, affissioni e targhe. Documentazione azioni di pubblicità svolte.		
Esiste un sito web di progetto?			
Il beneficiario, sulla Homepage del sito ha presentato una breve descrizione dell'operazione che comprenda le finalità e i risultati ottenuti dal progetto evidenziando il sostegno finanziario fornito dall'Unione Europea?			
L'emblema dell'Unione è pubblicato a colori così come richiesto dall'art. 4 del Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014?			
È presente il riferimento al Fondo?			
L'emblema dell'Unione ed il riferimento al Fondo sono presenti in Homepage in modo visibile senza scorrere la pagina verso il basso?			
<b>Poster/Cartelloni/Targhe</b>			
Nel caso in cui il progetto preveda il finanziamento di infrastrutture superiori a 500.000 €, il beneficiario, durante l'esecuzione del progetto medesimo, espone o ha esposto in luogo visibile al pubblico un cartellone temporaneo di dimensioni rilevanti in cui sia evidenziato il sostegno dell'Unione?			
In tutti gli altri casi, il beneficiario ha realizzato e posto in un luogo visibile al pubblico, almeno un poster con informazioni sul progetto che indichi il sostegno finanziario dell'Unione, il riferimento al Programma e al Fondo?			
In caso di progetti già conclusi che abbiano previsto il finanziamento di infrastrutture/operazioni di costruzione o l'acquisto di un oggetto fisico oppure abbiano beneficiato di un sostegno pubblico complessivo superiore a 500 000 €, il beneficiario, entro tre mesi dal completamento del progetto, ha esposto una targa permanente o un cartellone pubblicitario di notevoli dimensioni in un luogo facilmente visibile al pubblico?			

## 2.9 MATRICE RIASSUNTIVA OBBLIGHI REGOLAMENTARI



TIPOLOGIA DI INFORMAZIONE AL PUBBLICO	POSTER		CARTELLONE TEMPORANEO		TARGA PERMANENTE
	OBBLIGATORIO	RACCOMANDATO	OBBLIGATORIO	RACCOMANDATO	OBBLIGATORIA
<b>Per quali progetti si applica</b>	Con un contributo pubblico inferiore o uguale a 500.000 € ovvero tutti i progetti che non rientrano nell'obbligo del cartellone temporaneo (Regolamento (UE) n.1303/2013 allegato XII, 2.2 punto 4) e la targa permanente (Regolamento (UE) n.1303/2013 allegato XII, 2.2 punto 5)	Per tutti i progetti	Nel caso il progetto abbia infrastrutture o operazioni di costruzione per i quali il contributo pubblico è superiore a 500.000 €	Per tutti i progetti per i quali il contributo pubblico è superiore a 500.000 € anche se non dedicati a infrastrutture o operazioni di costruzione	Nel caso di progetti con il contributo pubblico superiore a 500.000 € ed aventi infrastrutture o operazioni di costruzione o acquisto di oggetti fisici
<b>Quando posizionare l'informazione</b>	Durante l'attuazione del progetto	Durante l'attuazione del progetto e dopo il completamento del progetto	Durante l'attuazione del progetto	Durante l'attuazione del progetto	Entro tre mesi dal completamento del progetto
<b>Dove posizionare l'informazione</b>	Almeno un POSTER in un luogo visibile al pubblico, come l'area d'ingresso di un edificio	In tutti i luoghi d'attuazione e gestione dei progetti, presso la sede dei beneficiari in un luogo visibile al pubblico, come l'area d'ingresso di un edificio	Il cartellone temporaneo va posizionato a fianco al cartellone di cantiere durante l'operazione di costruzione di opera finanziata dal Programma	Il cartellone temporaneo va posizionato a fianco al cartellone di cantiere durante l'operazione di costruzione di opera finanziata dal Programma	La targa permanente va posizionata sulla costruzione
<b>Perché posizionare l'informazione</b>	Requisito normativo Regolamento (UE) n.1303/2013 allegato, 2.2. Punto 2b, 4 e 5	Per garantire la trasparenza del Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera e una visibilità maggiore dei progetti	Requisito normativo Regolamento (UE) n.1303/2013 allegato, 2.2 punto 4	Per garantire la trasparenza del Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera e una visibilità maggiore dei progetti	Requisito normativo Regolamento (UE) n.1303/2013 allegato, 2.2. punto 5
<b>Dimensioni minime</b>	Minimo A3	Minimo A3	Minimo 1 x 1,5 m	Minimo A3	Minimo 1 x 1,5 m
<b>Esempio</b>	Un progetto con un contributo pubblico inferiore o superiore di 500.000 €, che non abbia come elementi rilevanti del progetto infrastrutture o operazioni di costruzione o acquisto di oggetti fisici	Qualsiasi progetto con un contributo pubblico inferiore o superiore di 500.000 €, anche se ha come elementi centrali del progetto infrastrutture o operazioni di costruzione o acquisto di oggetti fisici	Un progetto con un contributo pubblico superiore di 500.000 € che come elemento centrale del progetto finanzia infrastrutture o operazioni di costruzione. L'elemento centrale di un progetto è la costruzione di un'infrastruttura dal costo superiore di 500.000 €	Un progetto con un contributo pubblico superiore di 500.000 euro che finanzia un'infrastruttura o operazione di costruzione, anche per un importo (destinato a tale intervento) non superiore a 500.000 €, anche in caso non sia l'elemento centrale del progetto. Per esempio: un progetto finanzia una costruzione dal costo inferiore di 500.000 € e il contributo complessivo del progetto è superiore a 500.000 €	Un progetto con un contributo pubblico superiore di 500.000 € che come elemento centrale finanzia infrastrutture o operazioni di costruzione o l'acquisto di oggetti fisici

# 03 COMUNICAZIONE DI PROGETTO

## 3.1 COMUNICAZIONE DI PROGETTO

La comunicazione rappresenta un elemento cruciale nel ciclo di vita del progetto e dovrà essere declinata diversamente nelle varie fasi, con particolare attenzione a quella dei risultati, nella quale occorrerà evidenziare come il progetto ha contribuito e contribuisce concretamente a determinare il cambiamento previsto, nonché il contributo dell'Unione Europea nel migliorare la qualità della vita dei suoi cittadini.

La comunicazione gioca un ruolo chiave anche dopo la conclusione del progetto, soprattutto quando vi siano effetti rilevanti e duraturi che costituiscono una concreta capitalizzazione dei risultati.

È quindi consigliato a tutti i progetti (sia per quelli che prevedono la redazione del Piano di Comunicazione, che per coloro che non lo hanno previsto tra le azioni del WP2) di pianificare la comunicazione di progetto in dettaglio nella fase iniziale, concordando le diverse responsabilità e loro suddivisione all'interno del partenariato.

Il Piano di Comunicazione individua ed offre una visione generale degli obiettivi di comunicazione e di come il progetto prevede di conseguirli. Si consiglia poi, così come avviene per la Strategia di Comunicazione del Programma, di procedere alla redazione di Piani Annuali descrivendo nel dettaglio le attività, la tempistica, da chi verranno realizzate,

a quale target si riferiscono nonché i rispettivi tempi di realizzazione. In tal modo il progetto metterà a disposizione di tutti i partner un documento condiviso da consultare periodicamente. Esso è sviluppato in stretta collaborazione tra il coordinatore di progetto, il responsabile della comunicazione e i partner. Si consiglia, in particolare per le azioni integrabili con quelle di Programma (es. Giornata Europea della Cooperazione), di condividere con il Communication Manager del Segretariato Congiunto gli aspetti rilevanti del Piano, soprattutto in caso di dubbio.

## 3.2 IMPOSTARE IL PIANO DI COMUNICAZIONE DI PROGETTO

Qui di seguito vengono indicati alcuni utili *step* per redigere un Piano di Comunicazione efficace.

### FASE 1

**Definire gli obiettivi di comunicazione e i messaggi chiave, qual è il cambiamento che si vuole realizzare per ognuno dei target scelti per la comunicazione di progetto.**

#### a. Focalizzarsi sui miglioramenti apportati dal progetto in particolare:

- cosa si intende ottenere con le attività di comunicazione?
- quali sono i fattori che nel progetto hanno fatto la differenza?
- qual è il miglioramento apportato rispetto alla situazione prima che il progetto venisse realizzato?
- cosa accadrebbe se il progetto non fosse implementato?
- qual è stato il vantaggio della cooperazione? Perché i risultati raggiunti sono stati tali proprio grazie alla collaborazione tra i partner di progetto?

#### b. Cosa evidenziare nella comunicazione di progetto?

- impatti diretti del progetto sulla vita dei gruppi target
- impatti diretti del progetto sulla vita dei cittadini
- risultati più evidenti e significativi, imprevisti

- numero di persone che godono di effetti positivi

#### c. Comunicare i miglioramenti chiave:

- crescita economica: ad es. posti di lavoro creati, nascita di nuove imprese e di reti di imprese, sviluppo di processi di innovazione nell'ambito della produzione, dell'organizzazione etc.;
- miglioramenti ambientali: incremento della mobilità sostenibile, miglioramento dei servizi, sviluppo di un turismo sostenibile, riduzione delle emissioni, miglioramento dei servizi alle persone, miglioramento della governance tra enti;
- innovazione, ad es. nuove tecniche, metodi scoperti o diffusi;
- valore della cooperazione.

### FASE 2

**Identificare e analizzare i gruppi target individuati nel progetto.**

Una volta definiti gli obiettivi di comunicazione che il progetto intende raggiungere e analizzata la situazione attuale, è possibile individuare i gruppi target, quali ad esempio:

- beneficiari finali dei risultati di progetto;
- autorità locali, regionali, nazionali e istituzioni europee;
- istituzioni e reti;
- grande pubblico (cittadini);
- stakeholder interni;

Analizzando i gruppi target a questo punto sarà possibile procedere alla creazione dei messaggi e definire attraverso quali canali diffonderli. Si potranno quindi valutare:

- li interessi e bisogni di informazione;
- e caratteristiche (ad esempio: numero, posizione, istruzione, lingua, background, organizzazione e posizione);
- la conoscenza, attitudine e pratica sugli obiettivi del Progetto;
- le fonti di informazione.

#### FASE 3

##### Identificare i corretti canali di informazione

Questa sezione ha il compito di definire gli strumenti e le attività che saranno utilizzati per i target group individuati, e consentirà di scegliere i migliori canali per raggiungere uno specifico target identificato.

Suggerimenti per procedere:

- identificare i migliori canali per raggiungere un determinato gruppo target identificato, sulla base di una analisi preliminare (per es. utilizzare i mass media per i gruppi target con un numero maggiore di persone come i cittadini, oppure eventi pubblici di sensibilizzazione);
- creare una comunicazione dialogica inviando il messaggio direttamente a target specifici con canali di comunicazione bidirezionale;
- puntare ad una comunicazione efficace

e a basso impatto;

- la tipologia di messaggio deve essere calibrata sul target (utilizzare per esempio un convegno, normalmente dedicato a contenuti tecnici per la celebrazione della Giornata europea della Cooperazione non è la soluzione migliore) e strumenti adottati;
- utilizzare i mass media e la radio per parlare di contenuti tecnici di un progetto idem, meglio una pubblicazione tecnica da collocare sul sito web di progetto.

#### FASE 4

##### Definire l'identità visiva del progetto

Creare una identità visiva del progetto consente di identificarne sempre attività e strumenti di comunicazione che saranno immediatamente riconoscibili. I materiali predisposti in queste Linee Guida possono essere adattati e facilmente utilizzati per dare visibilità al progetto, che dovrà tener conto delle indicazioni vincolanti in esse contenute.

#### FASE 5

##### Definire il budget

Il Piano di comunicazione dovrà essere impostato sulla base del budget indicato per il WP2, avvalendosi, se del caso, di risorse previste in altri WPs dedicati alla promozione e al marketing. Le previsioni in sede di presentazione di progetto possono a questo punto essere meglio

raccordate avendo chiari gli strumenti di comunicazione. Al contempo occorre definire gli organismi responsabili e le risorse umane che saranno rese disponibili per l'attuazione della strategia, tenuto conto che tutti i partner dovranno partecipare alle attività di comunicazione, e sarà quindi importante definire come saranno coinvolti i soggetti del partenariato nella fase di attuazione degli eventi; Qualora non sia specificata la presenza di un Communication Officer, si consiglia di individuare un responsabile della comunicazione per tutto il partenariato. Il responsabile deve essere indicato al Segretariato Congiunto e, qualora venga cambiato, se ne dovrà dare pronta comunicazione.

#### FASE 6

##### Monitoraggio e valutazione del piano di comunicazione

Al fine di allinearsi con la Strategia di Comunicazione del Programma, ai progetti è suggerito di monitorare attraverso indicatori di realizzazione e di efficacia le proprie attività di comunicazione. Tale strumento consente non solo di verificare e monitorare il coinvolgimento dei destinatari alle attività, in quale numero e intensità essi sono informati sul progetto e sui risultati. I risultati nell'attuazione delle azioni di comunicazione e la loro efficacia, verificabile anche attraverso l'utilizzo di questionari con quesiti ad hoc, possono

offrire un valido strumento per valutare se la comunicazione di progetto funziona o siano necessari invece interventi di riallineamento. Il monitoraggio inoltre consente predisporre i Report periodici per il Segretariato Congiunto in occasione della presentazione degli stati di avanzamento. Al fine di facilitare l'individuazione di una gamma di indicatori, si fornisce quale esempio la tabella degli indicatori utilizzata per il Piano di Azione annuale della Strategia di Comunicazione del Progetto, che può essere facilmente adattato alle esigenze di progetto<sup>10</sup>.

AZIONE	OUTPUT	INDICATORI DI REALIZZAZIONE	UNITÀ MISURA	INDICATORI TARGET	INDICATORI RISULTATO	UNITÀ MISURA			
ATTIVITÀ SPECIFICHE PER L'AVVIO DELLA PROGRAMMAZIONE	Sito Web	http://interreg-italiasvizzera.eu	n.	n. 1	Pagine visitate	n.			
					Utenti unici e di ritorno	n.			
					Condivisione delle pagine/contenuti da parte degli utenti	n.			
					Download	n.			
					Accessi area riservata	n.			
					Evento di lancio/kick off conference	Realizzazione evento	n.	n. 1	Partecipanti
	Linee guida per l'immagine coordinata	Realizzazione manuale	n.	n. 1	Download dal sito	n.			
	Newsletter	Frequenza di invio	n.	Bimestrale	Iscritti	n.			
	Social media			n.	n. 3	Fan base (community)	n.		
						Gruppi	n.		
						Post pubblicati/contenuti	n.	n. 2 a settimana	Condivisioni/interazioni
	Video	Video prodotti	n.	n.1	Visualizzazioni	n.			
Video tutorial	Video prodotti	n.	n.1	Visualizzazioni	n.				
PUBBLICAZIONI	Manuali	Manuali prodotti	n.	n. 1	Download	n.			
					Manuali distribuiti	n.			
	Leaflets	Tipologia leaflets prodotti	n.	n. 1	Download	n.			
					Copie prodotte	n.			
	Infografiche statiche e animate	Infografiche	n.	n. 3	Visualizzazioni	n.			
					Condivisioni	n.			
					Download	n.			
					Pubblicazioni	n.			
					Visualizzazioni di pagina	n.			
					Studi e rapporti	Realizzazioni studi e rapporti	n.	n. 3	Pubblicazioni
EVENTI PUBBLICI	Evento annuale sul Programma	Eventi	n.	n. 1	Partecipanti	n.			
					Eventi pubblici europei	n.	n. 1	Partecipanti	n.
					Partecipazione ad eventi "moltiplicatori"	n.	n. 1	Eventi/fiere	n.
					Seminari e appuntamenti formativi	n.	n. 6	Beneficiari potenziali ed effettivi attratti	n.
REALIZZAZIONI CON I MEDIA	Help Desk	Strumenti	n.	n. 50	Contatti	n.			
					Comunicati stampa on/off line	Redazione comunicati stampa	n.	n. 3	Articoli pubblicati sul Programma
MATERIALI PROMOINFORMATIVI	Materiali BTL	Tipologia	n.	n. 7	Produzione materiali	n.			
					Strumenti di edutainment	Ideazione e produzione	n.	n. 1	Copie distribuite

## 3.3 SCRIVERE: COMUNICARE IN MODO CHIARO

Dovremmo scrivere per i nostri lettori, non per noi stessi, in modo tale da metterli al centro di quello che comunichiamo. Prima di scrivere occorre quindi riflettere su chi saranno i lettori ai quali ci rivolgiamo, cosa hanno bisogno di sapere e che cosa probabilmente sanno già riguardo all'argomento. In sostanza "mettersi nei panni degli altri" e domandarsi: se fossi al loro posto cosa sarebbe importante conoscere?

### LA STRUTTURA

I lettori hanno un tempo limitato per leggere ed elaborare le informazioni. E' importante quindi renderle facilmente accessibili e chiare. L'obiettivo non è solo far comprendere con facilità e in breve tempo, ma anche rendere l'informazione così interessante da portarli a desiderare di condividerla. Quando scrivete, pensate a come potete rendere evidenti nel vostro testo i punti più importanti e come potete guidare e coinvolgere i lettori in modo logico attraverso il vostro testo. Sono quindi da evitare frasi lunghe ed è necessario presentare le informazioni con un ordine logico. Le informazioni importanti devono essere date in punti principali nel primo paragrafo, e solo successivamente approfondite. Rispondete alle domande: "chi", "cosa", "dove", "quando", "come" e "perché" sul contenuto del vostro testo. Infine, concludete riassumendo e riprendendo questi punti.

### LE 5B DELLO SCRIVERE

Illustriamo di seguito i 5 punti cardine che possono facilitare la lettura, chiamati le 5B della scrittura.

**Be Short** – Essere brevi. Evitate frasi lunghe e prevedere un punto importante per ogni frase. Assicuratevi di collegare bene le frasi, in modo da creare un buon flusso di informazioni, evitando un testo con informazioni non rilevanti.

**Be Straightforward** – Essere chiari. Utilizzate il più possibile parole semplici, comuni, evitate frasi noiose o scontate, e spiegate sempre gli acronimi e le abbreviazioni.

**Be Personal** – Essere personali. Cercate di focalizzarvi sulle persone che fanno concretamente le cose quando vi rivolgete ad un pubblico di cittadini.

**Be Active** – Utilizzate la forma attiva limitando i verbi passivi nel testo scritto. I verbi attivi sono più semplici da comprendere, mentre l'uso della forma passiva si presenta freddo ed ufficiale.

**Be Polite** – Essere gentili: l'utilizzo di un linguaggio cortese e amichevole è auspicabile quando ci si rivolge ad un pubblico diffuso a maggior ragione se le informazioni non sono positive.

### RACCONTARE: LO STORYTELLING

La narrazione è la tecnica con la quale le persone, fin dalla preistoria, si trasmettevano informazioni o si tramandavano la conoscenza e le storie delle loro tradizioni e delle famiglie. Narrare quindi fornendo informazioni attraverso storie, non solo rende il contenuto più interessante per chi ascolta, ma è molto più efficace ed è probabile che il nostro pubblico lo ricorderà. Usare quindi la narrazione per dare al Progetto un "volto umano", concentrandosi su azioni che si stanno realizzando e risultati che impattano concretamente sulla vita dei cittadini.

## 3.4 ORGANIZZARE LA COMUNICAZIONE DI PROGETTO

### EVENTI

Nell'organizzazione di un evento è importante focalizzare il momento preciso della vita del progetto nel quale ci si trova. In una fase iniziale, allo start up del progetto, sono organizzati eventi/seminari per fornire informazioni sul progetto con l'obiettivo di coinvolgere i portatori di interesse e i potenziali destinatari delle azioni.

Al contempo, è utile comunicare che si sta avviando un progetto innovativo, europeo che darà dei risultati tangibili una volta ultimato. Meglio sarebbe se tali seminari fossero tenuti nelle diverse lingue parlate nei territori coinvolti dal progetto. Per i progetti, è importante organizzare eventi che siano interessanti per il pubblico e presenziati dai media. Eventi tipici di progetto includono conferenze, seminari, mostre, visite sul campo, inaugurazioni ed eventi di chiusura. Si auspica che gli eventi importanti non vengano realizzati solo all'inizio e alla fine del progetto, ma che si prevedano eventi intermedi, anche circoscritti in seminari o eventi aperti al pubblico così da mantenere sempre viva l'attenzione sui progressi concreti del progetto.

Gli eventi avranno natura e caratteristiche differenti a seconda che si tratti di destinatari tecnici o cittadini. Uno degli eventi rilevanti del Programma organizzato per i cittadini è la Giornata Europea della Cooperazione, alla quale i progetti sono

invitati a partecipare: una campagna a livello europeo con l'obiettivo di evidenziare i risultati della cooperazione europea superando i confini.

### COME ORGANIZZARE UN EVENTO DI SUCCESSO?

#### Prima dell'evento

Fondamentale è pianificare e organizzare con un chiaro scopo in mente. Si consiglia di porsi tre domande:

**Obiettivo.** Cosa vogliamo raggiungere con l'evento?

**Pubblico.** Chi vogliamo raggiungere?

**Metodo.** Qual è la via più efficace per raggiungerli?

Nel caso in cui abbiate un target simile a quello di un altro progetto o del programma, potete considerare di unire le forze e organizzare un evento insieme.

**Organizzatori.** Mettete insieme un team di responsabili per l'evento e create un piano dettagliato. Impostate un copione o una tabella di marcia con tutte le informazioni relative all'evento.

**Pubblico.** Quale gruppo di persone potrebbe essere interessato a partecipare? Chi è già interessato, ma potrebbe essere più coinvolto o funzionale per il vostro programma o progetto se impegnato più direttamente?

**Budget.** Anche il budget dovrebbe essere programmato con in mente gli obiettivi dell'evento. Il vostro budget determinerà dove potrete tenere l'evento, il numero di persone che potrete invitare e la qualità del materiale di supporto. Create il foglio di calcolo del budget appena l'evento è pianificato e nominate un membro degli organizzatori responsabile di tracciare i costi. Tenete un budget di eventualità per le emergenze.

**Nome e descrizione dell'evento.** Dovrebbe essere disponibile anche una descrizione chiara dello scopo dell'evento e di chi è il target.

**Tempistiche.** La data e il luogo dell'evento dovrebbero essere fissati in anticipo così da permettere un marketing efficace. Assicuratevi di scegliere date che non si sovrappongano con altri eventi a cui il vostro target potrebbe essere interessato. Controllate eventuali coincidenze con altri eventi interessanti: eventi politici, vacanze, etc.

**Agenda.** Progettate l'agenda in modo da creare un programma ben pianificato dove i diversi interventi si susseguono in una sequenza logica. Rendete l'evento interattivo introducendo tavole rotonde, workshop e riunioni a margine. Concedete sempre molto tempo per domande e discussioni e assicuratevi

di pianificare interruzioni regolari. Siate flessibili nel programma e assicuratevi che il moderatore sia in grado di mantenere le tempistiche previste.

**Speakers.** Scegliete speakers interessanti, esperti e competenti; sono uno dei fattori di successo di un evento. Quale tipo di speaker invitare dipende largamente dalla natura del vostro evento. Quando invitate degli oratori è utile fornire loro chiare informazioni sull'evento e sui suoi obiettivi, solitamente sotto forma di una bozza di programma, un sommario su che tipo di persone frequenteranno l'evento e istruzioni dettagliate su che cosa ci si aspetta che loro facciano e come il loro contributo si integri e colleghi con altre parti dell'evento. Richiedete la presentazione e le possibili dichiarazioni con largo anticipo rispetto all'evento e assicuratevi che i contenuti desiderati siano coerenti.

**Moderatore.** Un buon evento può diventare grandioso con l'aggiunta di un eccellente moderatore, meglio se un testimonial. Rammentate che, sebbene un moderatore esterno possa essere un elemento di freschezza per il vostro evento e fornire un interessante punto di vista per i vostri problemi, lui/lei ha bisogno di capire la natura dell'evento, di conoscere chi è il pubblico di riferimento e qual è lo scopo del vostro evento.

**Location.** Abbiate cura nella scelta degli ambienti e dell'attrezzatura tecnica. Una buona location deve essere facilmente raggiungibile dal pubblico, delle stanze delle giuste dimensioni per i colloqui, trasferimenti semplici e un luogo adatto per un potenziale servizio di catering. Controllate anche i collegamenti con aeroporti e stazioni di treni e autobus. Definite il numero di partecipanti attesi, la necessità di diverse sale e luoghi per pausa caffè e pranzo. Pensate anche all'attrezzatura tecnica che vi servirà per svolgere l'evento, come computer, proiettori, schermi, etc. Tenete presente la possibilità di assumere un fotografo professionista per gli eventi più grandi, mentre per gli altri è sufficiente che il Communication Officer del progetto sia operativo per foto e dirette Facebook.

**Catering.** Se prevedete di servire del cibo, un buffet è una buona idea perché consente alle persone di mischiarsi e parlare. Ciononostante, fornite sufficienti tavoli e alcuni posti dove le persone possano sedersi.

**Alloggi.** Prenotate degli alloggi con largo anticipo. Potete fare una prenotazione in blocco in un hotel limitrofo se possibile. Questo è particolarmente importante quando i partecipanti arrivano da molto lontano e non conoscono il luogo.

**Inviti ai partecipanti.** Fate gli inviti in tempo per informare il pubblico molto prima rispetto all'evento. Un messaggio "save the date" può essere un primo annuncio, seguito poi da maggiori dettagli sull'evento più avanti. È possibile utilizzare strumenti come EventBrite (o simili) per raggiungere e gestire un gran numero di persone, anche se l'invio di mail dedicate è la via più efficiente per catturare l'attenzione delle persone.

**Registrazione.** La registrazione online fa risparmiare tempo e consente poi di inviare ai partecipanti una survey per la valutazione dell'evento. Al momento dell'invio della conferma ai partecipanti dopo la registrazione, aggiungete qualche ulteriore informazione pratica sul luogo dove l'evento si svolgerà. A seconda della natura dell'evento, potrete inviare o meno agli utenti registrati una lista dei partecipanti in anticipo. Questo può essere utile ad esempio per cercare dei partner o per trovare persone interessanti per altri scopi di lavoro.

**Prova generale.** Fate una prova generale con gli organizzatori il giorno prima dell'evento. Fate le presentazioni principali, anticipate le risposte alle domande più frequenti ed assicuratevi che ognuno nel team sappia rispondere. Controllate che i supporti tecnologici

funzionino e sappiate chi contattare se qualcosa smette di funzionare durante l'evento.

#### **Durante l'evento**

**Registrazione.** Fate sentire le persone desiderate. Predisponete qualcuno all'accoglienza dei partecipanti per indicare loro il guardaroba e il desk di registrazione. Mettete molte persone al desk di registrazione per evitare lunghe code e per rispondere alle possibili domande che il pubblico potrebbe fare.

**Attrezzatura tecnica.** Organizzate e controllate l'attrezzatura tecnica necessaria e la sua sistemazione. Se possibile unite tutte le presentazioni in un unico file prima dell'evento e preparatelo sul computer.

**Media.** Se i media partecipano al vostro evento, assicuratevi che siano trattati con riguardo. Poco prima dell'evento, inviate una cartella stampa che comprenda brevi informazioni di base sull'evento e altri materiali utili che possano aiutare i giornalisti a comprendere correttamente e a trasmettere il vostro evento.

**Foto.** Fate un progetto sulle foto che vi servono già prima dell'evento. Pensate all'uso che ne dovrete fare: saranno pubblicate con le notizie, saranno usate nelle lettere di ringraziamento, verranno utilizzate dai social media o

verranno mostrate sul vostro sito? Quale messaggio volete inviare attraverso le foto?

#### **Dopo l'evento**

**Follow-up.** Caricate online tutti i documenti importanti e mandate delle lettere di ringraziamento ai partecipanti e agli ospiti con i link ai materiali online. Se vi rivolgete o vi siete rivolti ai media per il vostro evento, ricordate poi di fare un controllo dei servizi di informazioni. Potete anche poi inviare una newsletter successiva all'evento.

**Valutazione.** Fate un incontro con gli organizzatori, discutendo su cosa è andato bene e su cosa può essere migliorato in futuro. Ringraziate i membri del team per il buon lavoro svolto.

#### **Giornata Europea della Cooperazione**

Dal 2012, la Commissione europea in collaborazione con Interact hanno ideato e coordinato a livello europeo la campagna denominata "Giornata europea della cooperazione". L'obiettivo è quello di comunicare al grande pubblico i risultati della cooperazione europea attraverso i territori dell'Unione. Sotto il motto "Sharing borders, growing closer", in tutta Europa, nella settimana intorno al 21 settembre di ogni anno, si svolgono centinaia di eventi

locali, raggiungendo migliaia di persone. Il Programma di Cooperazione Italia Svizzera organizza la Giornata Europea della Cooperazione dal 2014, anno in cui insieme alla Commissione europea predispose il Kick Off di Lancio europeo del Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera a Palazzo Lombardia. Negli anni successivi la Giornata Europea della Cooperazione è stata realizzata a Novara, Lugano, Porto Ceresio, Varese, Sondrio ed è andata crescendo fino a coinvolgere negli anni oltre 1000 persone.

Gli eventi locali mostrano come la cooperazione transfrontaliera, transnazionale e i progetti di cooperazione interregionale stiano riducendo ostacoli e disparità, e allo stesso tempo stiano contribuendo ad aumentare la comprensione culturale e l'efficienza tra Regioni europee. A livello europeo sono 72 i programmi di cooperazione che partecipano attivamente alla campagna. Il Programma invita ogni anno i progetti:

- Ad essere parte attiva organizzando eventi sul loro territorio e mettendoli in rete con gli altri eventi dei progetti organizzati nell'area di cooperazione tra

l'Italia e la Svizzera.

- A diffondere informazioni sugli eventi attraverso i loro social media, siti web o altri strumenti di comunicazione;
- A partecipare alla Giornata della Cooperazione attraverso i social media di Programma.

## ATTIVITÀ DIGITALI

### Social media

Oltre alla realizzazione del sito web di Progetto, i social media rappresentano il principale strumento di comunicazione dialogica, condivisione e scambio di contenuti, e pertanto dovranno essere semplici e calibrati in base alle diverse specifiche caratteristiche di ciascun social. La dimensione sociale del web ha una valenza rilevante in ogni attività e risponde anche al bisogno di esprimere opinioni e punti di vista. Lo scopo è incrementare la conoscenza dei progetti e l'interazione con i diversi pubblici di riferimento. Esistono moltissime piattaforme social tali per cui è impossibile definire con precisione quante siano e con quale volume di interazione operino. Nell'ambito dei Social Network si

ritiene opportuno che si realizzi un "Piano editoriale Social". Questo sia per favorire un uso finalizzato degli strumenti social per specifici target, sia per creare coerenza tra i soggetti target (giovani, cittadini adulti, imprese, enti locali, altri programmi UE, etc) e i messaggi da veicolare. Per orientarsi in questo mondo di Reti nella Rete possiamo, per ora, focalizzare la nostra analisi sui principali Social Network più diffusi nel territorio interessato dal Programma e più in linea con i contenuti da veicolare:

**1. Facebook** – È già stata creata una Pagina Facebook. Obiettivo è offrire notizie sul programma e comunicazione in modo informale al grande pubblico e ai portatori di interesse. I messaggi potranno includere foto, infografica, video e altri contenuti che incoraggiano il dialogo con il pubblico e la condivisione dei contenuti. L'indirizzo è <https://www.facebook.com/InterregITCH/>;

**2. LinkedIn** – Si tratta di un'area che sarà creata ex novo con l'obiettivo di formare una community di esperti e addetti ai lavori, condividere contenuti sul programma e sviluppare nuovi

partenariati scambi e networking tra potenziali beneficiari;

**3. Twitter** – È diretto a un pubblico professionale, costituito da moltiplicatori importanti, tra cui i media e responsabili politici a tutti i livelli di governo. I Tweet si concentreranno su fatti interessanti, notizie, successi o sviluppi più recenti del programma. I messaggi tweet sono brevi "assaggi" per stimolare ulteriori approfondimenti sul sito web;

**4. Youtube** – È la Piattaforma di veicolazione dei contenuti video native per eccellenza. Già creata nel corso della scorsa programmazione, è consultabile al seguente indirizzo [www.youtube.com/user/Interregvideo](http://www.youtube.com/user/Interregvideo). Data l'importanza dei contenuti video e forte della sua famiglia di appartenenza (Google Inc) Youtube si è imposto quale punto di riferimento per la consultazione dei Video;

**5. Instagram** - Nato nel 2010 e di proprietà di Facebook dal 2012, è un Social video/fotografico che permette in mobilità lo "scatto e condivido" su diversi Social Network.

## CONTENT

Programma Interreg di Cooperazione  
V-A Italia-Svizzera  
Segretariato Congiunto  
Communication Manager  
**Massimo Mauri**

## AUTORITÀ DI GESTIONE DEL PROGRAMMA DI COOPERAZIONE INTERREG V-A ITALIA-SVIZZERA

Regione Lombardia  
Piazza Città di Lombardia 1 - Milano  
AdGitaliasvizzera@regione.lombardia.it  
Tel. 0039 02 6765.2304

## SEGRETARIATO CONGIUNTO

Regione Lombardia  
Piazza Città di Lombardia 1 - Milano  
STCitalisvizzera@regione.lombardia.i  
Tel. 0039 02 02 6765.3843



### SITO WEB

[www.interreg-italiasvizzera.eu](http://www.interreg-italiasvizzera.eu)



### FACEBOOK

[www.facebook.com/InterregITCH/](http://www.facebook.com/InterregITCH/)



### TWITTER

[www.facebook.com/InterregITCH/](http://www.facebook.com/InterregITCH/)



### YOUTUBE

[www.youtube.com/user/Interregvideo](http://www.youtube.com/user/Interregvideo)