

2 dicembre 2024

SINTESI Incontro Rete INFORM EU di Siviglia 20-22 novembre 2024

Programma Evento



Communication and AI Plenary Meeting of the Inform EU Network 20 – 22 November 2024 Sevilla, Spain

Tuesday, 19 November (optional)

19.00 – 21.00 Early bird get together
Presentation of co-funded projects with Cruzcampo Foundation, factory tour with dinner and drinks. Obligatory pre-registration, first-come first-served basis for max. 100 participants.
Fundación Cruzcampo (Iba de Andalucía, 1, 41007 Sevilla)

Wednesday, 20 November

10.00
Registration
Welcome coffee

11.00 – 12.45 Plenary session
Venue: Casino de la Exposición (Calleto San Diego s/n, 41013 Sevilla)

11.00 – 11.10 Opening
Olaf BRUNS
Minister of ceremony

11.10 – 11.25 Welcome
Mercedes CABALLERO
Secretary General for EU Funds, Ministry of Finance of Spain
Gerardo FERNÁNDEZ GAVILANES DIEZ
Secretary General for European Funding, Regional Government of Andalusia
Karinina KOTTOVA
Head of unit, European Commission, Directorate-General for Regional and Urban Policy

11.25 – 11.45 Keynote speech
Tomorrow's toolkit: how AI can inspire creativity in EU messaging
Andreas BANEITH
Strategic communications and public affairs expert

15 – 12.40 Panel discussion
Andreas BANEITH
Strategic communications and public affairs expert
Julia LEVASSER
Professor for Public Relations, International University, Munich

Carlota TORRECIOLA SALINAS
Head of Unit – Innovation Policies and Economic Impact, European Commission, Joint Research Centre – Sevilla, Spain
Fernando DIAZ
Head of Area in the European Funds Directorate-General, Ministry of Finance of Spain
Moderator: Charlotte GUGENHEIM, European Commission

12.40 – 12.45 Family photo

15 min walk between venues

13.00 – 14.00 Lunch
Venue: Hotel Giraldo Center (Calle Juan de Mata 7, 41018 Sevilla)

14.00 – 17.00 Marketplace of communication ideas
Grouped sessions, participants list their preferences and will be able to follow 2 sessions!
Venue: Hotel Giraldo Center (Calle Juan de Mata 7, 41018 Sevilla)

14.00 – 15.15 Round 1

Topics

Usage of AI in project communication

Moderators: Neleja NIKOLIC and Arkam OGRAK, communication experts in Interact
EU-funded projects often have limited resources for communication. You need to prepare communication strategies, write press releases, make trainings and public events, do graphic design, master the social media marketing and storytelling on top of everything. What if you could use a set of powerful AI tools to improve your project communication on all levels? This session is dedicated to the most practical AI applications that you can use for developing and deploying sophisticated and professional-looking communication outputs. Join us and find out how. The session is divided in three parts: practical demonstration, overview of the best tools and how to apply them, and Q&A.
Venue: Hotel Giraldo Center, Salón Hipódromo 1

Exchange of best practices – Showcasing and Targeting

Moderator: Maria GALIWSKA, European Commission
While it is nice to have different EU funded programmes in the same network, it can be challenging to identify common communication ground, joint target groups, and activities which could engage and spark interest in the audience. Join this session to hear about national campaigns which focused on good projects from different funds, such as the Polish and the Spanish one, and regional campaign from Bulgaria which targeted specific groups.
Venue: Hotel Giraldo Center, Salón Hipódromo 2

Usage of AI for persuasion: Improved messaging with ChatGPT

Moderators: Andreas BANEITH, strategic communications and public affairs expert, and Jacques FOUL, digital communications consultant & trainer
In this session you will hear about practical ways of using AI to upgrade your communication strategies, how to anticipate objections, personalize messages for specific audiences, and use persuasion frameworks to craft compelling narratives. We'll

https://ec.europa.eu/regional_policy/whats-new/conferences/inform-network/inform-20112024_en

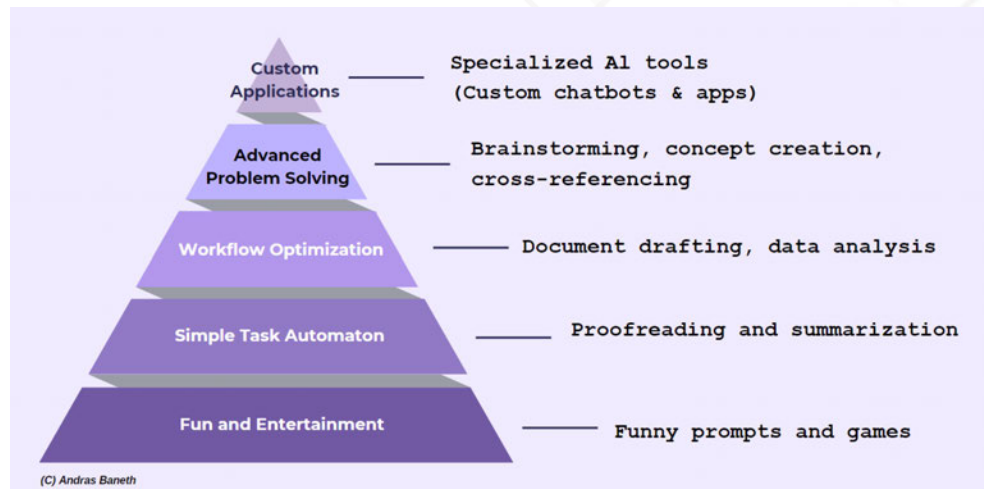


Tomorrow's toolkit: how AI can inspire creativity in EU messaging

Andras BANETH - Strategic communications and public affairs expert

Il contributo di Baneth si è concentrato sulle **strategie di utilizzo della IA in relazione alla necessità di dare impulso alla creatività nella comunicazione delle attività dei Programmi.**

Di particolare interesse è stata la presentazione della “**piramide di Maslow sull'uso dell'IA**”, che raffigura in modo progressivo l'utilità della IA rapportata ai suoi molteplici utilizzi: dal semplice divertimento alla creazione di app e chatbot personalizzati, passando per l'ottimizzazione dei flussi di lavoro e il problem solving avanzato.



MARKETPLACE OF COMMUNICATION IDEAS

Usage of AI in project communication

Orsola Fornara

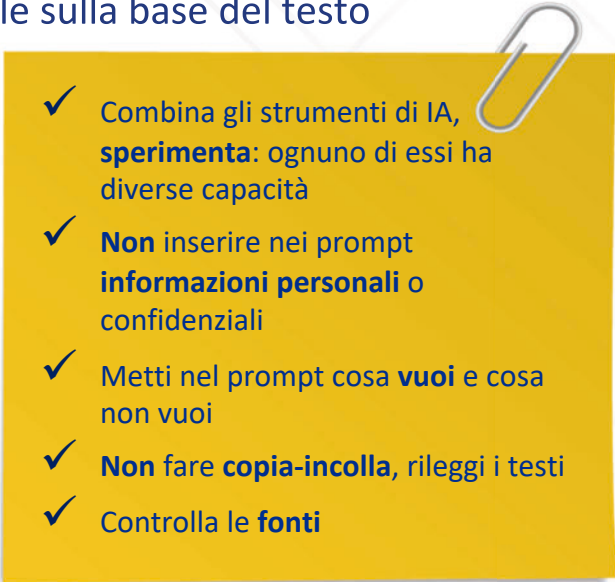
PN Giovani, donne e lavoro 2021-27



Usare l'IA per comunicare un progetto - A. IL TESTO

Il **processo** prevede 4 fasi, successive. Ciascuna si basa sulla precedente.

1. La **preparazione**: chiedo una descrizione del progetto (fornisco molti dettagli, il contesto, il problema che affronta il progetto e le soluzioni che propone...)
2. Il **target**: chiedo le communication persona (deve elaborarle sulla base del testo precedente; chiedo come posso raggiungerle)
3. Il **piano di comunicazione**: chiedo un piano con azioni dettagliate (specifico in quanto tempo si svilupperà e con quale budget)
4. I **contenuti**: per ogni azione del piano chiedo ad es. 10 proposte di post LinkedIn, oppure la sceneggiatura di un video di 30''...

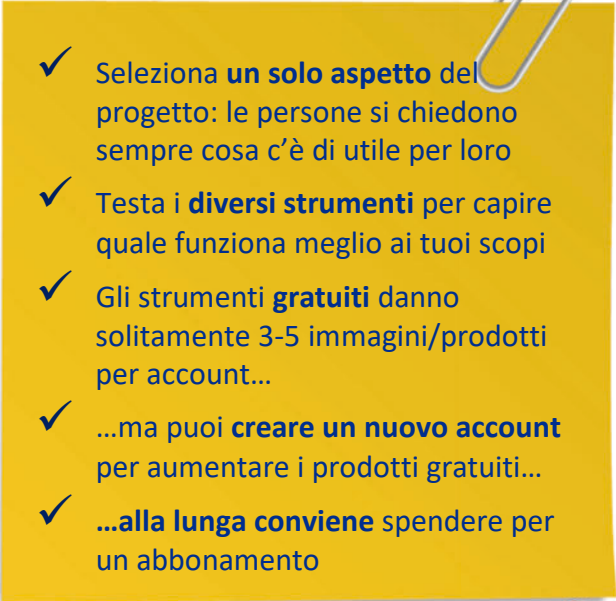
- 
- ✓ Combina gli strumenti di IA, **sperimenta**: ognuno di essi ha diverse capacità
 - ✓ **Non** inserire nei prompt **informazioni personali** o confidenziali
 - ✓ Metti nel prompt cosa **vuoi** e cosa non vuoi
 - ✓ **Non** fare **copia-incolla**, rileggi i testi
 - ✓ Controlla le **fonti**

Usare l'IA per comunicare un progetto - B. LE IMMAGINI

Parto della **descrizione del progetto** per realizzare un **video**.

Passaggi e strumenti:

1. A ChatGPT chiedo un prompt per generare foto con Midjourney
2. A Midjourney usando il prompt 1 chiedo 6 foto
3. A Runway chiedo di animare ciascuna delle 6 foto
4. A ChatGPT chiedo per ciascun frame (foto) un testo descrittivo da far comparire in corrispondenza di ogni frame
5. A Canva chiedo di generare video
6. Sempre a Canva chiedo di generare una musica

- 
- ✓ Seleziona **un solo aspetto** del progetto: le persone si chiedono sempre cosa c'è di utile per loro
 - ✓ Testa i **diversi strumenti** per capire quale funziona meglio ai tuoi scopi
 - ✓ Gli strumenti **gratuiti** danno solitamente 3-5 immagini/prodotti per account...
 - ✓ ...ma puoi **creare un nuovo account** per aumentare i prodotti gratuiti...
 - ✓ ...**alla lunga conviene** spendere per un abbonamento

MARKETPLACE OF COMMUNICATION IDEAS

Exchange of best practices:
Showcasing and Targeting

Valeria Covarelli

PR Umbria FESR 2021-27



POLONIA – Campagna di comunicazione nazionale



- ✓ Unica Strategia «orizzontale» a livello centrale, su cui poi le singole AdG (a livello centrale e regionale) adeguano la propria strategia;
- ✓ Unico brand, portale a livello nazionale, manuali, brandbook;
- ✓ Campagna «umbrella marketing», con Open days di 3 gg in varie città della Polonia (seminari, spettacoli, aziende aperte, backstage di teatri);
- ✓ Le AdG hanno coinvolto i beneficiari;
- ✓ Acquisto pagine giornali tramite un'unica agenzia centrale;
- ✓ Campagna social con contest e in premio ticket per ingressi gratuiti es. musei, parchi del divertimento. **No gadget;**
- ✓ Valutazione con indicatori comuni;

Criticità

- Non ha funzionato dove a livello regionale non c'erano specialisti di comunicazione europea
- Tempi lunghi per la realizzazione
- Difficoltà di Coordinamento con National Recovery Plan

SPAGNA: Europa se siente

- ✓ Presentazione delle candidature con format comuni;
- ✓ La selezione dei progetti viene fatta dalle AdG:
6 categorie e 3 finalisti per ogni categoria;
- ✓ Presentazione in 3 città piccole ma ben collegate;
- ✓ Premio: una campagna di comunicazione per i finalisti

In evidenza:

- Regiostar a livello nazionale
- Decentralizzare gli eventi
- Massima collaborazione con le amministrazioni locali

BULGARIA: Cycling tour in Razgrad

- ✓ 1.800 ciclisti di tutte le età; non gara ma percorso tra progetti co-finanziati con fondi EU;
- ✓ Gadget + premi per 40 ciclisti e 3 biciclette in palio

MARKETPLACE OF COMMUNICATION IDEAS

Usage of AI for persuasion: improved messaging with ChatGPT

Maura Isetto

Programma Interreg Italia - Francia Marittimo 2021-27



Usage of AI for persuasion: improved messaging with ChatGPT

Sessione dedicata a come utilizzare l'AI/ChatGPT per **migliorare le strategie di comunicazione, personalizzare i messaggi per specifici pubblici** utilizzando **persuasion framework** per creare narrazioni efficaci, **anticipare obiezioni** e punti di vista differenti.

Invece di chiedere all'AI di scrivere un post per i social, chiedere: "Ho problemi a raggiungere il pubblico X con il messaggio Y. Suggestiscimi un messaggio efficace, i canali da usare e le azioni di comunicazione giuste per quell'audience, il tone of voice".

► Punto saliente: **DIALOGARE CON AI/ChatGPT**

- ✓ Conoscere i documenti che si danno in pasto all'AI/ChatGPT
- ✓ Fornire molti dati ed informazioni all'AI/ChatGPT
- ✓ Andare in profondità con i prompt
- ✓ Adottare l'approccio dell'Avvocato del Diavolo

Usage of AI for persuasion: improved messaging with ChatGPT

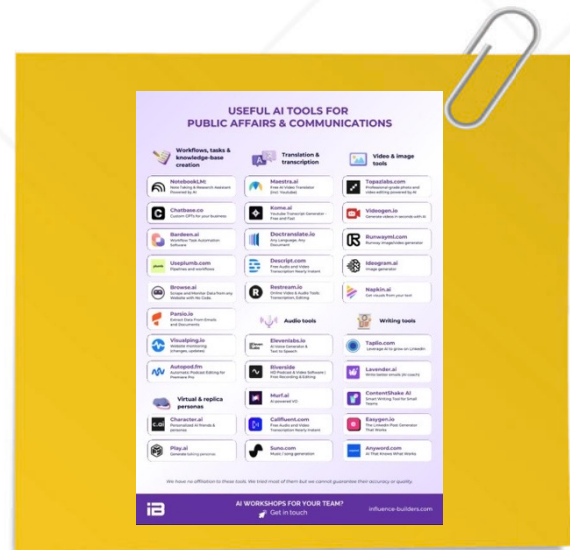
Tecniche sofisticate per prompt sofisticati

1. **Role prompting:** dire all'AI/ChatGPT quale ruolo impersonare così da avere il giusto approccio al tema
- 2 **Impersonating:** condividere con AI/ChatGPT due o tre testi/post fatti da noi per fargli imparare lo stile, il tono di voce, il vocabolario giusto
- 3 **Meta prompting:** chiedere suggerimenti all'AI/ChatGPT per generare i prompt giusti da usare con l'AI/ChatGPT
- 4 **Negative prompting:** definire meglio il risultato con le formule al negativo «Non dire (questa parola)», «Non usare (gli acronimi)»



Punti salienti:

- ✓ La responsabilità dei risultati dell'AI ricade sugli individui
- ✓ Non usare dati personali e controllare il setting degli AI tools
- ✓ Indentificare e affrontare i bias: l'AI ragiona per statistiche, vanno corretti eventuali pregiudizi
- ✓ Limitare le probabilità di errore facendo domande dettagliate e controllando le fonti



MARKETPLACE OF COMMUNICATION IDEAS

Exchange of best practices:
Engaging and Involving

Roberta Esposito

PR Campania FESR 2021-27



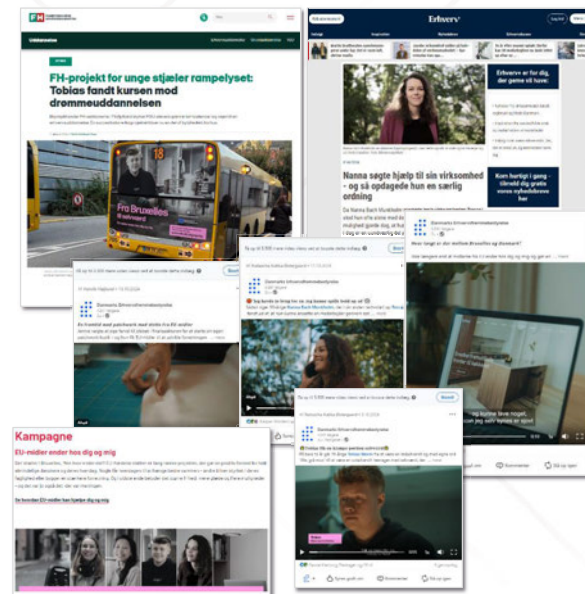
Exchange of best practices: Engaging and Involving

Scopo delle plurime presentazioni è la proposizione dei differenti scenari che danno origine a differenti sfide nel perseguimento del medesimo obiettivo: individuare le migliori modalità operative per creare consapevolezza e partecipazione

*L'approccio integrato in Danimarca
La visione unitaria in Irlanda
Il superamento delle barriere in Romania*

La «maledizione» di Eurobarometro ha condotto la **DANIMARCA** ad attivare - su un territorio target individuato ad Aarhus - una campagna integrata in 3 momenti dell'anno (primavera, autunno ed inverno) con 2 focus su tematiche specifiche, quali la sostenibilità ambientale e la formazione qualificata.

L'analisi di contesto e l'integrazione di metodi tradizionali con strumenti innovativi -contenuti video e social network (Facebook su tutti)- hanno migliorato non solo quantitativamente, ma anche qualitativamente, il livello di coinvolgimento della popolazione rispetto all'impiego dei fondi.



Exchange of best practices: Engaging and Involving

✓ In **IRLANDA**, con eventi di sensibilizzazione, con grafiche e pubbliredazionali nonché attraverso una serie di eventi e interazioni con i cittadini, è stata realizzata una campagna dal tema *EU and ME – Come l'Unione Europea lavora per le città*.

Una campagna focalizzata sul cittadino e una visione unitaria dei fondi europei rappresentano una valida modalità per migliorare il grado di partecipazione in un Paese caratterizzato da una doppia dimensione -urbana e rurale- e da una proliferazione di fondi separati.



✓ In **ROMANIA** è stata attivata una campagna nell'area del delta del Danubio basata prioritariamente sulla individuazione di interlocutori qualificati -nei territori lontani dai principali centri- e sull'instaurazione di meccanismi di fiducia, e condotta attraverso incontri e dibattiti con le associazioni di pescatori e con le amministrazioni locali.

L'esperienza rumena evidenzia l'importanza di un approccio *tailor made* nei casi in cui un determinato territorio, particolarmente rilevante per l'Unione – ad es. da un punto di vista ambientale o culturale -, presenta barriere di varia natura che non consentono l'applicazione dei tradizionali metodi di coinvolgimento della popolazione.



MARKETPLACE OF COMMUNICATION IDEAS

Making EU funds more visible in the media: the best approaches?

Marina Panattoni

*PN Ricerca, innovazione e competitività
per la transizione verde e digitale 2021-27*



Making EU funds more visible in the media: the best approaches?

Il workshop si è focalizzato su **come migliorare la visibilità dei fondi UE sui media**

✓ Informazioni su quanto realizzato dalle precedenti media call UE e sulla attuale call for proposal con scadenza **7 gennaio 2025** di **€3.5 milioni** per campagne media sulla politica di coesione.

✓ **Perché è impegnativo ottenere l'attenzione dei media sui progetti europei?**

- ▶ Difficoltà di tradurre le complesse politiche EU in storie coinvolgenti
- ▶ **Basso interesse dei media nazionali e regionali alla politica di coesione europea**
- ▶ Preferenza dei media nel trattare storie negative invece degli impatti positivi dei progetti finanziati
- ▶ **Mancata menzione che i progetti sono finanziati da risorse EU**
- ▶ Mancanza di giornalisti specializzati sulle tematiche europee
- ▶ Un accesso limitato a dati aggiornati da parte dei media

✓ **Media maggiormente coinvolti**

Spesso sono **giornali, siti e tv regionali/locali** (69/52/50%) a riportare notizie sui progetti, mentre la percentuale si abbassa quando parliamo di **siti di media nazionali** (39%) e scende al 37% circa quando parliamo di **radio nazionali e regionali** e di **giornali nazionali**.

Making EU funds more visible in the media: the best approaches?

- ✓ **Trend giornalismo e media**, Reuters Report 2024
 - ▶ Giornalismo costruttivo orientato alle soluzioni delle sfide della società
 - ▶ Migliori spiegazioni per storie complesse
 - ▶ Storie umane che ispirano
 - ▶ Non solo articoli, ma anche video, podcast e newsletter

- ▶ **Conclusioni:**
 - ✓ Tradurre le politiche di coesione in esempi pratici
 - ✓ **L'impatto dei progetti** è la chiave da trasmettere
 - ✓ Fornire testimonianze e dati
 - ✓ Rendere la storia interessante, coinvolgente, ricca di informazioni, comprensibile a più persone possibili

[The journalism mini-guide](#), strumento ricco di informazioni e utili consigli anche su come relazionarsi con i giornalisti





EXCHANGE OF BEST PRACTICES: Unleashing the Power of Operations of Strategic Importance

Maria Gabriella Fenu

PR Sardegna FESR 2021-27



Unleashing the Power of OSI

- ▶ Introduzione sulla programmazione e implementazione delle OIS:
 - ✓ nuovo obbligo nella programmazione 2021-2027
 - ✓ contributo significativo al raggiungimento degli obiettivi dei programmi
 - ✓ misure specifiche di monitoraggio e comunicazione

▶ Materiale di supporto:

Toolbox: Comunicare le operazioni di importanza strategica nel periodo 2021-2027

- In fase di aggiornamento con procedure e pratiche per raccontare le OIS
- Se avete esempi da proporre inviate una email a slaven.klicek@ec.europa.eu

The Informer

Newsletter mensile per condividere le attività di informazione dell'UE e lo stato di avanzamento delle OIS.



Condividete con il team le vostre opinioni in merito e ciò che vorreste vedere:

INFORMEU@ec.europa.eu

Unleashing the Power of OSI

4 Buone Pratiche OIS



LT - Fondo per l'ammodernamento degli edifici multi-residenziali

Obiettivo: migliorare la qualità della vita e dell'ambiente in cui si vive

Comunicazione: conferenza e visite ai progetti



NL - Distretto energetico di Rotterdam Sud

Obiettivo: accelerare la transizione energetica e coinvolgere attivamente i residenti

Comunicazione: Festival dell'energia con il coinvolgimento dei decisori politici



PT - Corsi professionali

Obiettivo: attrarre i giovani, promuovere la FP come opportunità di successo

Comunicazione: coinvolgimento di digital influencer, contest, compagne social e tv



Interreg IT-SI - Gruppo di 3 progetti: Kras-Carso II; Poseidone, Adrioncycletour

Obiettivo: la creazione di un prodotto turistico transfrontaliero comune

Comunicazione: partecipazione ad eventi (EWRC, INFORM EU, Evento annuale)

VISITE AI PROGETTI



Visit #1: CIU3A (Interreg) & Tokamak SMART (ERDF)

😊 Visit #2 : Exploraterra (Interreg) & Cartuja Qanat (ERDF) & Enterprising Seville (ERDF)

Visit #3 : Renewable Energy for Student residence (ERDF) & Biomass and green H2 (ERDF)

Visit #4 : Andalusian Cultural Heritage Logistics Centre (ERDF) & Roman amphitheatre of Italica (ERDF)

😊 Visit #5: International Protection reception system (AMIF) & LIQUID BIOPSY (ERDF)

😊 Visit #6: Air Traffic Control Center of Seville & Centre for Vocational Training of Aerospace (ERDF)

😊 Visit #7: New Integrated Management Model (ESF+) & ACTIVATING EMPLOYABILITY (ESF+)

😊 Visit #8: Age of Majority Programme (ESF+) & Youth Employment School (ESF+)

Visit #9 : Construction of IES Hienipa and educational programmes (ERDF/ESF+) & La Mina underground mill (ERDF)

😊 Visit #10 : Sea bass and sea bream centre (EMFAF) & CEDEFO (Interreg)

😊 Visit #11: the European Commission's Joint Research Centre (JRC)



PARALLEL LECTURES

AI impact on society: Innovative public services

Paolo De Nigris
PR Campania FESR 2021-27



AI impact on society: Innovative public services



L'intelligenza artificiale è destinata a guidare l'innovazione nel settore pubblico, creando nuovi modi per migliorare i servizi per tutti i cittadini.

Il progetto **INNPULSE - Innovation of Public Services and Digital Transformation of Governance** contribuisce alla ripresa e alla resilienza dell'UE, a maggiori sforzi in materia di riforme del settore pubblico e all'accesso transfrontaliero senza soluzione di continuità ai servizi pubblici.

Il settore pubblico deve dare il buon esempio, assicurando che l'IA venga utilizzata in modo inclusivo e che nessun cittadino venga lasciato indietro in questo cambiamento tecnologico.

AI impact on society: Innovative public services

- **I molteplici ruoli del settore pubblico nell'approvazione dell'IA**
- ✓ Promuovere un'intelligenza artificiale inclusiva, antropocentrica e affidabile nel settore pubblico. Non lasciare indietro nessun cittadino, in particolare le popolazioni più vulnerabili.
 - ✓ Generare valore sociale rispetto al guadagno finanziario.
 - ✓ Migliorare la governance coordinata, la convergenza delle normative e lo sviluppo di capacità.
 - ✓ Costruire un ecosistema digitale AI condiviso e interattivo.
 - ✓ Promuovere l'interoperabilità e la cooperazione transfrontaliere.
 - ✓ Applicare e monitorare la sostenibilità attraverso una valutazione d'impatto AI orientata al valore.
 - ✓ Guadagnare la fiducia dei cittadini.
 - ✓ Migliorare le competenze di alfabetizzazione AI per i dipendenti pubblici e i cittadini.



https://joint-research-centre.ec.europa.eu/scientific-activities-z/innovations-public-governance_en





PARALLEL LECTURES

Are all safeguards in place?

How AI ethics are implemented in PR agencies

Gianmarco Guazzo

DPCoeS - OpenCoesione



How AI ethics are implemented in PR agencies

Parallel Lecture tenuta da **Julia LEVASIER**, Docente di Pubbliche Relazioni all'Università Internazionale di Monaco di Baviera.

Presentazione dei risultati salienti di uno studio tra 20 dirigenti delle principali agenzie PR tedesche sulla **tensione tra competitività e principi etici legati all'IA**.

► Punti salienti (risultati della ricerca):

- ✓ Per i dirigenti delle società di consulenza, sembra **più urgente raccogliere i benefici dell'IA anziché implementare una gestione etica dell'IA**;
- ✓ Tutte le società di consulenza hanno istituito **format e piattaforme di formazione interna dedicate**: da programmi di formazione iniziale di 6 mesi a «iniezioni settimanali di IA» e «stazioni di rifornimento IA» con partner esterni, tutorial durante la pausa pranzo, «IA coffee and learn» e canali speciali per i team dedicati all'IA;
- ✓ Solo 5 dirigenti hanno dichiarato di aver adottato **linee guida sull'etica nella IA**. Alcuni intervistati hanno dichiarato che le linee guida rischiano di essere contro-produttive perché potrebbero sminuire un importante fattore di competitività (la **creatività**);
- ✓ Tutti gli intervistati si aspettano che **il modello di business delle proprie agenzie cambierà nel medio periodo a causa della IA**.

How AI ethics are implemented in PR agencies

► Conclusioni

- ✓ Le sfide etiche indirette o le “preoccupazioni legate ai risultati”, come i licenziamenti e la disoccupazione tecnologica, sembrano essere accettate senza discussioni o in modo silenzioso;
- ✓ Le implicazioni pratiche dell'etica dell'IA nelle relazioni pubbliche non sono ancora pienamente comprese;
- ✓ Il possibile danno alla credibilità della professione di consulenza in PR appare distante e difficile da percepire per i dirigenti, mentre i benefici sembrano essere immediati;
- ✓ Non sono ancora stati messi in atto meccanismi di salvaguardia, e l'imprenditoria basata sull'etica è appena agli inizi.

Nota a margine:

Ci aspettavamo un workshop più pratico (eravamo disposti in tavoli di lavoro con block-notes e penne), invece si è trattato di una breve lezione frontale su una ricerca universitaria focalizzata su un settore forse troppo specifico.



PARALLEL LECTURES

Transparent algorithms, why should we care?

Annalisa Granatino
PR Campania FESR 2021-27



Transparent algorithms, why should we care?

Future challenges, practical applications and EU regulation

Moderatore: Emilia GOMEZ GUTIERREZ Joint Research Centre (Algorithmic Transparency Unit T3)

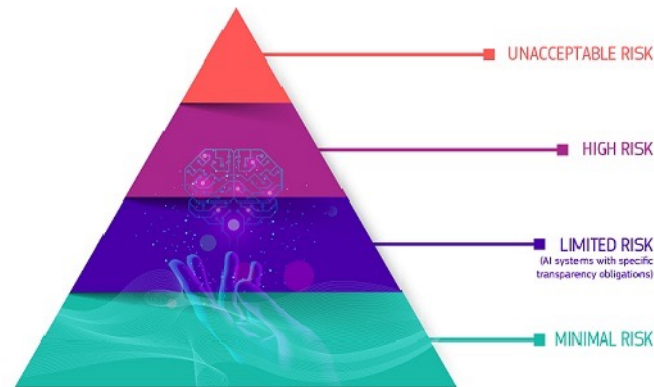
La legge sull'IA è il primo quadro giuridico globale in assoluto sull'IA a livello mondiale.

Sebbene la legislazione vigente offra una certa protezione, non è sufficiente per affrontare le sfide specifiche che i sistemi di IA possono comportare.

Il quadro normativo definisce 4 livelli di rischio per i sistemi di IA.

Una volta che un sistema di IA è sul mercato, le autorità sono responsabili della vigilanza del mercato, gli specialisti che operano alla trasparenza degli algoritmi garantiscono la **sorveglianza** e il **monitoraggio** e i fornitori sono sottoposti a un sistema di **monitoraggio post-commercializzazione**.

Sia i fornitori che gli operatori dovranno segnalare eventuali incidenti gravi e malfunzionamenti.



Transparent algorithms, why should we care?

Future challenges, practical applications and EU regulation

Il **Digital Services Act (DSA)** è un'iniziativa legislativa dell'Unione Europea volta a rendere Internet più sicuro e a proteggere i diritti delle persone online. La trasparenza degli algoritmi e la responsabilità sono parti fondamentali di questa protezione.

L' **European Centre for Algorithmic Transparency (ECAT)** contribuisce al ruolo esclusivo di supervisione e applicazione della Commissione Europea degli obblighi sistemici sulle **Very Large Online Platforms (VLOP)** e **Very Large Online Search Engines (VLOSE)** designati previsti dal DSA.

► Punto saliente:

- ✓ Trovare l'equilibrio (sia in termini di sviluppo informatico che normativo) tra le opportunità date dall'uso degli algoritmi, lo sfruttamento soprattutto dei dati personali e sensibili

Digital Service Act

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/implementing-regulation-laying-down-templates-concerning-transparency-reporting-obligations>



FUND-SPECIFIC MEETINGS

ERDF, CF and JTF

Lucio Lussi, Chiara Giusti e Loredana Mizzoni

PN Equità nella Salute 2021-27



Tavolo specifico FESR, JTF, FC

L'agenda del 21 novembre (sessione pomeridiana) prevedeva 4 interventi, tra cui il nostro dedicato al Programma Nazionale Equità nella Salute.

- ✓ 1° intervento: Karolina Kottova (DG Regio) – seminari tecnici 2023
- ✓ 2° intervento: Ramunas Linartas (DG Regio) – politica di coesione e Intelligenza Artificiale
- ✓ 3° intervento: Matteo Salvai e Florin Rugina (DG Regio) – coinvolgimento dei giornalisti locali nel racconto della politica di coesione
- ✓ 4° intervento: Loredana Mizzoni, Chiara Giusti, Lucio Lussi – Programma Nazionale Equità nella Salute

Il Programma Nazionale Equità nella Salute 2021-2027

Obiettivo: rafforzare i servizi sanitari e renderne più equo l'accesso nelle 7 Regioni in cui si registrano punteggi inferiori nei LEA rispetto al resto d'Italia

► Priorità:

1. Servizi sanitari più equi e inclusivi (FSE+)
2. Servizi sanitari di qualità (FESR)
3. Assistenza Tecnica su FSE+
4. Assistenza Tecnica su FESR

► 4 Aree di intervento:

- ✓ Prendersi cura della salute mentale
- ✓ Maggiore copertura degli screening oncologici
- ✓ Il genere al centro della cura
- ✓ Contrastare la povertà sanitaria (Organismo Intermedio INMP)

► Operazioni di Importanza Strategica:

1. Attivazione sperimentale di Progetti Terapeutici Riabilitativi Personalizzati (PTRP)
2. Rafforzamento dei servizi di screening oncologico attraverso l'adeguamento infrastrutturale e tecnologico-strumentale

Valore complessivo	 601 milioni di euro* <i>* Oltre assistenza tecnica: FESR € 8,7 Mln; FSE+ € 15 Mln</i>
Fondi strutturali europei	 360 milioni di euro - FSE+ 241 milioni di euro - FESR
Autorità di Gestione	 Ministero della Salute
Territori di riferimento	 7 Regioni del sud Italia: Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sicilia, Sardegna
Beneficiari	 38 ASL/ASP delle regioni oggetto d'intervento

FUND-SPECIFIC MEETINGS

ESF+

Ester Sanna

PR Sardegna FSE+ 2021-27



Utilizzo della Gamification e dell'Umore nella comunicazione FSE+

► Buone pratiche:

- ✓ Power Point Karaoke
- ✓ Lotteria
- ✓ Promozione di un concorso fotografico
- ✓ Altalena della campagna #MakeltWork
- ✓ L'umorismo nei video di una campagna di comunicazione

Punti **salienti:**

- Coinvolgimento
- Memorabilità
- Accessibilità
- Relazione positiva
- Motivazione

► Esempi pratici per :

- ✓ Creazione di un titolo di un Contest accattivanti e post sui social
- ✓ Costruire una strategia di comunicazione
- ✓ Progettare poster
- ✓ Generazione di stock fotografici
- ✓ Scrivere una sceneggiatura video

Punti **salienti**:

- Efficienza e velocità
- Personalizzazione
- Accessibilità
- Segmentazione del pubblico

FUND-SPECIFIC MEETINGS

EMFAF

Gianmarco Guazzo
DPCoeS - OpenCoesione



Fund Specific Meeting: FEAMPA (*EMFAF*)

Prima parte condotta in modalità partecipativa sul tema dell'**utilizzo della IA nel lavoro quotidiano («A day in the life of a communication officer»)**. Affrontati 3 temi:

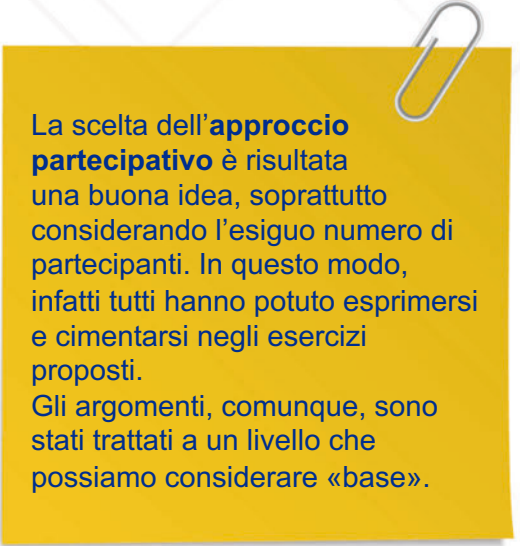
- **Creating Presentation** (esempi di utilizzo del tool Gamma AI: per creare presentazioni .ppt immediate)
- **Visualising Information** (esempi di utilizzo del tool Napkin AI: per la verità ancora molto limitato in quanto ad archivio icone-immagini utilizzabile, trattandosi di tool in fase sperimentale)
- **Creating Content** (esercizi di role-playing con tool conversazionali: ChatGPT)

Seconda parte concentrata sull'esame del documento «**Working Paper on EMFAF Communication**» (novembre 2024) con focus group su:

- In quale contesto pensi di utilizzare il documento?
- Il documento incontra le tue esigenze? C'è qualcosa che manca? È necessario aggiungere un livello di dettaglio più approfondito?

► Punti salienti:

- ✓ Documento utile e valido così com'è;
- ✓ Necessità di rendere più «visive» alcune informazioni



La scelta dell'**approccio partecipativo** è risultata una buona idea, soprattutto considerando l'esiguo numero di partecipanti. In questo modo, infatti tutti hanno potuto esprimersi e cimentarsi negli esercizi proposti. Gli argomenti, comunque, sono stati trattati a un livello che possiamo considerare «base».

FUND-SPECIFIC MEETINGS

AMIF, BMVI and ISF

Simona De Luca

DPCoeS - OpenCoesione



Fund Specific Meeting: FAMI (AMIF), BMVI and ISF

Presentazione di buone pratiche da parte di **Austria, Bulgaria e Estonia.**

Piccole campagne caratterizzate da video e altri strumenti oltre a proposte per il coinvolgimento attivo della comunità di soggetti coinvolti nell'attuazione dei progetti.

- ▶ **In Bulgaria:** nell'ambito di una campagna di comunicazione sulla disponibilità e utilizzo dei fondi per la sicurezza, è stato interessante l'applicazione della tecnica di **3DMapping realizzata sulla facciata del Ministero dell'Interno** che ha riscosso molta curiosità ed interessa da parte della cittadinanza (grazie anche alla centralità della location con alta pedonabilità).

Grazie