

## **Il CEPLIS partecipa al Workshop «Soluzioni Pubblicitarie Globali per raggiungere i cittadini dell'UE»**

domenica, 10 marzo 2013 @ 03:05

Inviato da: [Admin](#)

Il 10 gennaio, il CEPLIS ha partecipato ad un workshop organizzato dall'agenzia di comunicazione TIPIK riguardante le possibilità per le organizzazioni europee di pubblicizzare di comunicare.

Questo evento, che ha visto la partecipazione di esperti professionisti della comunicazione di diverse istituzioni e associazioni europee, c'è consentito di discutere delle opportunità e dei pericoli che esistano quando si lancia una campagna di comunicazione che abbia come target i cittadini europei: il 2013 sarà effettivamente "l'Anno Europeo del Cittadino".

Ms Nathalie Bobineau, Amministratore Delegato dei network internazionali presso France Télévisions Publicité International (France 2, France 3, TV5...), Ha aperto il workshop con una discussione generale sull'evoluzione e il consumo dei media da parte dei cittadini europei. Fornendo i dati di supporto, lei ha identificato i canali di comunicazione più appropriati per queste campagne. Abbiamo visto che la televisione rappresenta ancora un mezzo potente, sebbene Internet e in particolare Internet mobile siano in continua evoluzione.

Altre cifre impressionanti hanno dimostrato che Internet e la televisione sono complementari: il 73% degli utenti di Internet in Europa guarda la TV online e il 48% naviga su Internet mentre guarda la TV. (Fonte Mediascope Europe – giugno 2012)

La seconda parte del workshop era dedicato al dibattito sull'analisi dei bisogni di informazione dei cittadini e su come le associazioni e le istituzioni europee possono rispondere. Questo dibattito è stato molto interessante, specialmente in vista dei lavori del Gruppo di Lavoro "Comunicazioni" del CEPLIS e le nuove strategie che la nostra organizzazione potrebbe sviluppare. Abbiamo compreso meglio l'esigenza di creare una maggiore presenza elettronica (Twitter, Wikipedia ...), al fine di creare un'immagine credibile. Inoltre, è stato dimostrato come a seguito degli sviluppi tecnologici un'organizzazione possa avere un numero elevato di seguaci a costi molto contenuti.

