

REȚEAUA EUROPE DIRECT ROMÂNIA

ANALIZĂ COMPARATIVĂ

Activitatea în Social Media

7 Centre Europe Direct din România

Facebook & Instagram · Ianuarie – Mai 2026

Elaborat de: **Prozorovski Elena**

Student practicant, Centrul de Studii Europene

Specializarea Dezvoltare Regională · Practicant Europe Direct

Perioadă: Ian. – Mai 2026 · Platforme: Facebook + Instagram

CUPRINS

1. Introducere

2. Metodologie

- 2.1 Centre incluse
- 2.2 Dimensiunile de analiză
- 2.3 Surse de date

3. Analiza radar — scoruri comparative

- 3.1 Tabel de scoruri
- 3.2 Interpretare grafic radar

4. Analiză per centru — profiluri individuale

- 4.1 Europe Direct Iași
- 4.2 Europe Direct Timișoara
- 4.3 Europe Direct Bacău
- 4.4 Europe Direct Cluj-Napoca
- 4.5 Europe Direct Vaslui
- 4.6 Europe Direct Galați
- 4.7 Europe Direct Oradea

5. Comparație tematică

6. Clasament general

7. Concluzii și recomandări

1. Introducere

Rețeaua Europe Direct reprezintă principalul instrument al Comisiei Europene de comunicare directă cu cetățenii la nivel local. În România, cele 22 de centre active în 2026 funcționează ca puncte de informare, dezbatere și implicare civică, acoperind o gamă largă de teme europene — de la politici de coeziune și fonduri structurale, la drepturile cetățenești, mobilitate și tranziție verde.

Prezența în social media a devenit, în contextul post-pandemic, principalul canal prin care aceste centre își ating publicul țintă. **Facebook** rămâne platforma dominantă ca audiență absolută în România, în timp ce **Instagram** câștigă teren constant în segmentul 18–35 de ani — publicul prioritar al rețelei Europe Direct. Conform datelor Meta DSA (ian.–iun. 2025), Instagram a depășit Facebook ca număr de utilizatori lunari activi în UE (281,8M vs 263,6M), crescând de 10× mai rapid.

Această analiză examinează activitatea online a șapte centre selectate din rețeaua românească în perioada **ianuarie–mai 2026** și propune o evaluare comparativă pe șase dimensiuni relevante pentru comunicarea instituțională europeană. Rezultatele sunt destinate uzului intern al rețelei și pot fundamenta decizii strategice de comunicare pentru perioada 2026–2027.

2. Metodologie

2.1 Centre incluse în analiză

Cele șapte centre au fost selectate pentru a asigura diversitate geografică și diversitate a structurilor-gazdă, acoperind patru din cele opt regiuni de dezvoltare ale României. Europe Direct Iași este inclus din oficiu, ca centru de referință al rețelei nordice.

Centru Europe Direct	Structură gazdă	Regiune
Europe Direct Iași	Asociația pentru Ecologie și Dezvoltare Durabilă	Nord-Est
Europe Direct Timișoara	Fundația pentru Inovare și Tehnologie (FITT)	Vest
Europe Direct Bacau	Univ. Vasile Alecsandri & Municipiul Bacau	Nord-Est
Europe Direct Cluj-Napoca	Centrul de Voluntariat Cluj	Nord-Vest
Europe Direct Vaslui	Consiliul Județean Vaslui	Nord-Est
Europe Direct Galați	Consiliul Județean Galați	Sud-Est
Europe Direct Oradea	Fundația Comunitară Oradea	Nord-Vest

2.2 Dimensiunile de analiză

Scorurile sunt exprimate pe o scală de la **0 la 100** și reflectă o evaluare comparativă în cadrul rețelei:

Dimensiune	Descriere
Frecvența postărilor	Nr. mediu postări/săptămână, cumulativ Facebook + Instagram
Diversitate tematică	Variatatea subiectelor raportate la agenda Comisiei Europene

Dimensiune	Descriere
Engagement Facebook	Likes, comentarii, distribuiri raportate la audiența paginii
Prezența pe Instagram	Activitate, urmăritori, Reels, Stories
Conținut vizual	Proporția postărilor cu foto profesional, video, Reels, infografice
Evenimente promovate	Vizibilitatea online a activităților fizice organizate

2.3 Surse de date

- Paginile publice Facebook și Instagram ale celor șapte centre
- Rapoartele de activitate publicate pe eudirect.ro (ian.–mai 2026)
- Date Meta privind audiența platformelor în UE (DSA Transparency Report, ian.–iun. 2025)
- Fișierul Analiza_Radar_Europe_Direct_2026.xlsx — scoruri comparative ale rețelei

3. Analiza radar — scoruri comparative

3.1 Tabel de scoruri

Tabelul sintetizează scorurile obținute de fiecare centru pe cele șase dimensiuni analizate, alături de media generală și media rețelei.

Centru	Frecv.	Diversit.	Eng. FB	Prez. IG	Vizual	Evenim.	Medie
Iași	95	88	85	78	80	90	86.0
Timișoara	85	82	80	82	75	78	80.3
Bacău	65	78	60	52	55	70	63.3
Cluj-Napoca	50	65	55	72	60	58	60.0
Vaslui	60	60	55	55	50	65	57.5
Galați	55	55	60	0	45	62	46.2
Oradea	58	62	52	58	48	60	56.3
Media rețelei	66.9	70.0	63.9	56.7	59.0	69.0	64.2

3.2 Interpretarea graficului radar

Graficul radar suprapune profilurile celor șapte centre pe șase axe, fiecare reprezentând o dimensiune cu valori între 0 și 100. Un poligon larg și uniform indică activitate intensă și echilibrată; un poligon asimetric semnalează lacune structurale. Analiza relevă trei cluster:

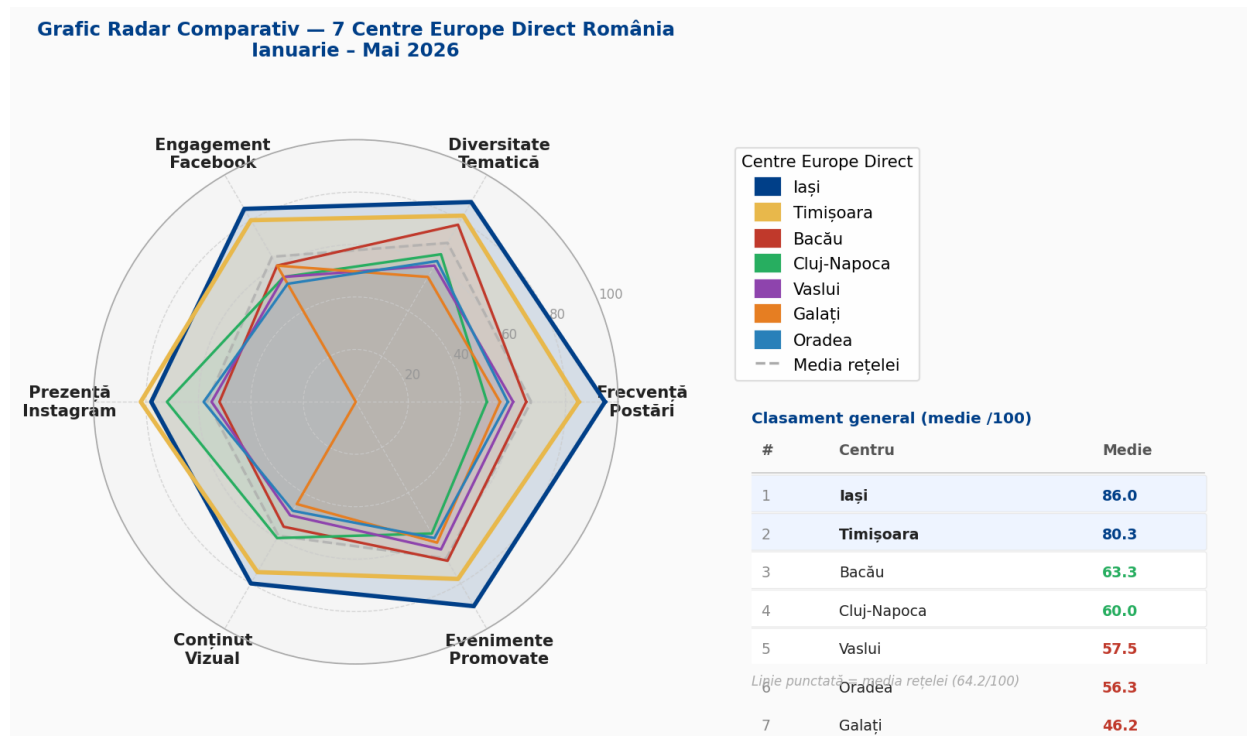


Figura 1. Grafic radar comparativ — 7 Centre Europe Direct România, Ianuarie–Mai 2026

- **Cluster 1 — Centre de excelență:** Iași și Timișoara — scoruri peste 75 pe toate axele, profiluri largi și echilibrate
- **Cluster 2 — Centre active, dezvoltare inegală:** Bacău și Cluj-Napoca — cel puțin un punct de excelență, compensat de slăbiciuni clare
- **Cluster 3 — Centre cu activitate de bază:** Vaslui, Oradea și Galați — parametri minimi; Galați cu gol complet pe axa Instagram

4. Analiză per centru — profiluri individuale

4.1 Europe Direct Iași

Scor: **86/100** · Nivel: **Foarte activ**

Europe Direct Iași este centrul cu cea mai consistentă prezență digitală din eșantion. Cu **4.146 likes Facebook** și **~620 urmăritori Instagram**, menține o frecvență de **4–6 postări/săptămână** — cel mai ridicat ritm din rețea. Activitatea ian.–mai 2026 a inclus: activitate EPAS la Liceul Miron Costin (30 apr.), raport Fonduri Structurale și Săptămâna Verde (21 apr.), acțiuni pentru tineret în lunile de iarnă.

Puncte forte

Iași excellează în promovarea evenimentelor: fiecare activitate este însoțită de postări pregătitoare, raportare în timp real și conținut post-eveniment. Colaborarea cu EPAS generează flux constant de conținut autentic. Temele — educație, cultură, tineret, politici de coeziune — sunt bine ancorate în agenda Comisiei.

Lacune identificate

Instagram-ul nu este exploatat la potențial: Reels și Stories sunt utilizate rar, conținutul este în mare parte o copie a postărilor de pe Facebook, fără adaptare la specificul vizual al platformei.

4.2 Europe Direct Timișoara

Scor: **80/100** · Nivel: **Foarte activ**

Timișoara prezintă cel mai echilibrat profil digital din eșantion. Cu **3.830 likes Facebook** și **870 urmăritori Instagram** — liderul Instagram din rețea —, centrul demonstrează o strategie conștientă de diferențiere pe platforme. Frecvența: **3–5 postări/săptămână**, distribuite relativ uniform între cele două canale.

Puncte forte

Instagram funcționează ca prezență independentă, nu ca oglindă a Facebook-ului. Temele — tranziție verde, mobilitate urbană, IMM-uri — au engagement ridicat la publicul urban tânăr. Conținutul vizual este mai îngrijit față de restul rețelei.

Lacune identificate

Frecvența rămâne sub lași, iar rata de interacțiune pe Facebook este mai mică decât ar permite dimensiunea paginii — potențial de creștere prin conținut mai personalizat și Reels periodice.

4.3 Europe Direct Bacău

Scor: **63/100** · Nivel: **Activ**

Bacău ocupă locul 3, cu **1.774 likes Facebook** și **255 urmăritori Instagram**. Se distinge prin cea mai mare **diversitate tematică** — reflectând natura duală a structurii-gazdă (universitate + administrație locală). Frecvență: 2–4 postări/săptămână.

Puncte forte

Mix tematic complet: IMM, Erasmus+, democrație, mediu, fonduri europene. Atelierele interactive sunt bine promovate și atrag engagement organic solid raportat la dimensiunea paginii.

Lacune identificate

Prezența pe Instagram este slabă ca volum și calitate vizuală. Fotografiile de la evenimente sunt adesea de calitate redusă, limitând distribuția organică.

4.4 Europe Direct Cluj-Napoca

Scor: **60/100** · Nivel: **Activ**

Cluj-Napoca prezintă cel mai interesant paradox: cel mai mic număr de likes Facebook (**751**) pentru dimensiunea orașului, combinat cu o prezență Instagram proporțional solidă (**~480 urmăritori**). Distribuția sugerează o orientare spre publicul tânăr — consistentă cu profilul demografic al orașului.

Puncte forte

Raportul Instagram/Facebook este cel mai echilibrat din eșantion. Temele de inovare, cercetare și tineret sunt bine aliniate cu identitatea de hub universitar și tehnologic a Clujului.

Lacune identificate

Frecvența Facebook (1–3/săptămână) este cea mai scăzută din eșantion, limitând vizibilitatea organică și credibilitatea instituțională față de publicul mai în vârstă.

4.5 Europe Direct Vaslui

Scor: 57/100 · Nivel: **Moderat**

Vaslui funcționează la parametri medii în toate dimensiunile, fără excelențe notabile dar fără lacune critice — cu excepția conținutului vizual. **~1.420 likes Facebook**, **~310 urmăritori Instagram**. Frecvență: 2–4/săptămână. Temele — antreprenoriat, tineret, social — sunt relevante pentru profilul județului.

Puncte forte

Evenimentele locale sunt constant documentate. Legătura vizibilă cu comunitatea județului este valoroasă, publicul local rural/semi-urban fiind mai greu de activat digital.

Lacune identificate

Conținut vizual subdezvoltat — preponderent text și imagini statice de calitate medie. Reels-uri și video-uri lipsesc aproape complet, reducând semnificativ reach-ul organic.

4.6 Europe Direct Galați

Scor: 46/100 · Nivel: **Parțial**

Galați are cel mai dezechilibrat profil digital din eșantion, din cauza unui factor structural: **absența completă pe Instagram**. Cu **~1.210 likes Facebook** și scor 0 pe axa Instagram, centrul renunță la o platformă care a depășit Facebook ca utilizatori activi lunari în UE (2025). Activitatea Facebook: 2–3 postări/săptămână.

Puncte forte

Engagement Facebook constant — postările despre instituțiile UE, Schengen și tineret generează interacțiuni regulate. Acoperire bună a temelor de actualitate europeană.

Lacune identificate

Absența de pe Instagram este lacuna majoră și totodată cea mai ușor de remediat din întreg eșantionul. Publicul 18–34 ani — ținta principală a rețelei Europe Direct — este preponderent pe Instagram în 2026.

4.7 Europe Direct Oradea

Scor: 56/100 · Nivel: **Moderat**

Oradea prezintă un profil similar Vasluiului — constantă dar neremarcabilă. **~1.441 likes Facebook**, **~345 urmăritori Instagram**. Frecvență: 2–3/săptămână — la limita inferioară a pragului de vizibilitate organică pe Meta în 2026.

Puncte forte

Diversitate tematică acceptabilă: mediu, dezinformare, Ziua Europei. Fundația Comunitară Oradea aduce deschidere spre teme de impact local cu rezonanță în comunitatea din Bihor.

Lacune identificate

Frecvența este insuficientă pentru vizibilitate organică constantă. Conținut vizual și video sub potențial pe ambele platforme.

5. Comparație tematică

5.1 Distribuția tematică pe rețea

Temă	Prezență	Centre reprezentative
Educație europeană	7 / 7	Iași (EPAS), Bacău (Erasmus+), Cluj
Activități tineret	7 / 7	Iași, Vaslui, Galați, Timișoara
Mediu / tranziție verde	5 / 7	Timișoara (dominant), Oradea, Iași
IMM și antreprenoriat	4 / 7	Bacău (dominant), Vaslui, Timișoara
Fonduri / coeziune	4 / 7	Iași, Bacău, Oradea
Instituții și politici UE	6 / 7	Galați, Timișoara, Cluj
Drepturi cetățenești	3 / 7	Bacău, Oradea, Timișoara
Dezinformare / Media lit.	2 / 7	Oradea, Cluj

5.2 Lacuna tematică comună

Comunicarea despre **drepturile cetățenești și democrație** — temă prioritară în agenda Comisiei 2025–2027 — este prezentă la doar 3 din 7 centre. De asemenea, **media literacy și combaterea dezinformării** apar la doar 2 centre, în ciuda vizibilității organice ridicate pe care aceste subiecte o generează pe platformele sociale în 2026.

6. Clasament general

Clasamentul combină scorurile Facebook și Instagram într-o medie ponderată egală pe șase dimensiuni, extrasă din fișierul Excel asociat acestui raport.

#	Centru	Scor FB	Scor IG	Medie	Puncte forte	Lacune
1	Iași	88	79	86.0	Frecvență, Evenimente, Engagement FB	IG sub potențial față de FB
2	Timișoara	83	79	80.3	Instagram, Diversitate tematică	Frecvență ușor sub Iași
3	Bacău	63	54	63.3	Diversitate tematică, Evenimente	IG slab, conținut vizual limitat
4	Cluj-Napoca	56	64	60.0	Instagram relativ solid, Vizual	Frecvență scăzută pe Facebook
5	Vaslui	60	53	57.5	Evenimente locale, Frecvență medie	Vizual și Instagram subdezvoltat
6	Galați	58	0	46.2	Engagement FB constant	ABSENT pe Instagram
7	Oradea	57	53	56.3	Diversitate acceptabilă	Frecvență, IG și vizual slabe

7. Concluzii și recomandări

7.1 Concluzii principale

Rețeaua celor șapte centre prezintă un **decalaj semnificativ** între Iași și Timișoara (Cluster 1) și restul — determinat nu de resurse, ci de **strategie și consistență**. Media generală a rețelei de **64.2/100** reflectă un nivel funcțional dar suboptimal, cu potențial semnificativ de creștere fără investiții financiare majore suplimentare.

7.2 Recomandări

1. 1. Prioritizarea Instagram pentru toate centrele

Galați trebuie să creeze urgent o prezență pe Instagram. Bacău, Vaslui și Oradea trebuie să investească în calitate și frecvență. Modelul Timișoara — conținut adaptat, nu replicat de pe Facebook — este exemplul de urmat.

2. 2. Adoptarea sistematică a formatelor video scurte (Reels)

Niciun centru din eșantion nu utilizează Reels sistematic în 2026, deși algoritmi Meta prioritizează puternic acest format. Este oportunitatea cea mai rapidă de creștere organică fără costuri suplimentare.

3. 3. Calendar editorial comun la nivelul rețelei

Coordonarea postărilor în jurul evenimentelor europene recurente (Ziua Europei, Săptămâna Verde, Erasmus Days) crește vizibilitatea întregii rețele prin volumul cumulat de conținut similar publicat simultan.

4. 4. Transfer de bune practici între centre

Modelul EPAS al Iașului și modelul de echilibru inter-platforme al Timișoarei sunt practici transferabile imediat celorlalte centre, fără investiții suplimentare — suficient o sesiune de training intern.

5. 5. Campanie coordonată pe teme de drepturi cetățenești și combatere a dezinformării

Aceste teme sunt prioritare în agenda Comisiei 2025–2027 și generează organic reach ridicat. Coordonarea lor la nivel de rețea ar amplifica relevanța și vizibilitatea rețelei Europe Direct în discursul public național.

Notă metodologică: Scorurile reflectă o evaluare comparativă în cadrul rețelei analizate. Datele se bazează pe informații publice și pe fișierul Excel asociat (Analiza_Radar_Europe_Direct_2026.xlsx). Referat elaborat în cadrul stagiului de practică la Europe Direct, de Prozorovschi Elena student al Centrului de Studii Europene, specializarea Dezvoltare Regională — mai 2026.