

	Frecvență (Postări/Săpt)	Tipuri de Mesaje (Call to action, Info, Eveniment)	Tematici Dominante (Green Deal, Digital, Alegeri etc.)	Adaptare Vizuală (Branding)	Stil și Format (Formal, Foto/Reels/Grafică)	Element de unicitate
<b>EUROPE DIRECT Iasi:</b>	<b>Activitate Record:</b> Media de 9 postări/săpt pe Instagram (163 postări în cca 18 săptămâni). Prezență aproape zilnică, cu fluxuri de postări din inima evenimentelor (până la 3-4 postări/zi) în timpul evenimentelor majore precum Ziua Europei. Dacă postările de pe Instagram se regăsesc și pe Facebook, pe Facebook sunt și postări în plus, ridicând media postărilor pe săptămână la cca 10.	<b>Mix Strategic:</b>  - Call to Action/ informare (Educațional & orientare în carieră): înscrieri la concursuri (EUROQUIZ), apeluri pentru stagii Blue Book, practică precum și European Fellowship on Democratic Engagement (EFDE).  - Informații Native & Legislativ specifice UE: Campanii de alfabetizare digitală (GDPR, Safer Internet Day) și drepturi cetățenești (roaming, încărcătorul universal).  - Evenimentele și activitățile ED Iași: Documentare on-site extinsă, sesiuni de dezbateri („Mita sau documentare?”), vizite școlare și festivități complexe (EUROINVENT, TEDx).	<b>- Democrație &amp; Alegeri:</b> Campanii de mobilizare la vot și identitate („Născuți în România - Născuți în UE”, „Protect What Matters”).  <b>- Green Deal &amp; Biodiversitate:</b> Săptămâna Verde, acțiuni climatice, protecția păsărilor sălbatice.  <b>- Inovare &amp; Digital: Cercetare științifică</b> (EUROINVENT), Uniunea Competențelor, securitate cibernetică și impactul AI.	<b>- Estetică adaptată Social Media:</b> Identitate vizuală care respectă rigoarea de imagine a UE, dar este adaptată stilului Instagram/Facebook (template-uri colorate, fonturi lizibile, grafică „fresh” pentru carouseluri).  - Documentare On-site: Se remarcă prin calitatea și volumul fotografiilor de la fața locului. Fiecare deplasare, atelier sau vizită în școli este documentată prin colaje foto naturale, care surprind interacțiunea reală, nu doar cadre oficiale.  - Umoristic-Informativ: distribuiri caricaturilor (Costel Pătrășcan) ca icebreaker pentru subiecte complexe.	<b>Abordare dinamică:</b> - Ton: de la egal la egal, tânăr, axat pe storytelling uman.  - Format: Carouseluri grafice educative ușor de înțeles (infografice), fotografii de tip reportaj social de la evenimente.  - Tone of voice: Informativ, dar foarte de accesibil și interactiv (folosirea de provocări și întrebări deschise).	<b>Hub de Storytelling Regional:</b> Se distinge prin capacitatea de a localiza și simplifica directive și informații complexe prin jocuri de rol și simulări practice în teritoriu (Pașcani, Focuri).  De asemenea, un aspect crucial este transformarea stagiilor în influenței de cetățenie activă, reușind să redirecționeze informația europeană din birou în stradă și în sălile liceelor.
<b>EUROPE DIRECT Oradea:</b>	<b>Ritm accelerat în 2026:</b> Salt strategic de la un regim pasiv în 2025 pe IG (cca. 1.1 postări/lună) la o prezență aproape zilnică în 2026 (cca. 22.5 postări/lună). Prioritizarea Facebook-ului pentru fluxul informațional dens.	<b>Mix Strategic:</b>  - Reamplificare (Amplifier): Preluarea conținutului de la Comisie/Parlament (postări tip "via") sau repostate, în principal pe Facebook-repost, pe IG mai frecvent postări de tip „via”.  - Angajament Local cu privire la activitatea din teren: Documentarea vizitelor în teritoriu (Bunțești, Pietroasa) și parteneriate logistice (Autonom).  - Call-to-Action (Educational): Invitații la dezbateri academice (Aula Magna) și combaterea dezinformării.	<b>- Reziliență Democratică:</b> Combaterea dezinformării (jocuri interactive „Adevărat/Fals”).  <b>- Digitalizare &amp; Viitor:</b> Impactul IA în rețelele sociale (colaborarea cu Univ. Oradea).  <b>- Coeziune Socială:</b> Promovarea oportunităților pentru tineret în zonele rurale ale județului Bihor.	<b>- Umoristic-Informativ:</b> distribuiri caricaturilor (Costel Pătrășcan) ca icebreaker pentru subiecte complexe.  - Storytelling centrat pe persoane: Relatări la persoana I (ex: experiența Claudiei la Bruxelles) pentru a umaniza instituția.  - Nativ vs. Cross-posting: Deși există dublare, FB este folosit pentru text extins și colaborare cu parteneri, IG pentru impact estetic.	Stil cald, umanizat (referințe la echipă - Claudia). Format predominant: Fotografii de grup + text extins pe FB; Vizual grafic pe IG.	Rol de ancoră teritorială: Se distinge prin prezența fizică în zonele rurale (școli din județ) și capacitatea de a traduce agenda de la Bruxelles în context local.
<b>EUROPE DIRECT Râșnov:</b>	- Reamplificare: Preluarea conținutului de la Comisie/Parlament (postări tip "via") sau repostate, în principal pe Facebook-repost, pe IG mai frecvent postări de tip „via”.	<b>Mix Strategic:</b>  - Info: Rubrica radio săptămânală "Europa în Direct".  - Eveniment: Clubul "Super EroU" (filme), FacilitART, vizite în școli (EU în LicEU).  - Call to Action: Îndemnuri la voluntariat și participare civică directă (Vii și tu?).	Focus masiv pe oportunități (DiscoverEU, EuroSteps), combaterea dezinformării (atelieri în școli) și implicare socială prin artă/cultură.	<b>Branding de Comunitate:</b> Mix între vizualuri oficiale UE și fotografii de la activități (oameni, voluntari, chiar și mascota colegiului - Mihăiță). Cald și mai puțin instituțional.	Vibe Prietenos & Audio-Vizual: Stilul "Europa pe înțelesul tău". Folosesc multe materiale video create chiar de către ei (Reels native), colaborări (Radio România Brașov) și un limbaj inclusiv ("ne facem prieteni noi").	Facilitator de Dialog prin parteneriatul media (Radio) și integrarea în viața voluntarilor (sediul pe Caragiale 7). Se prezintă ca o familie.
<b>EUROPE DIRECT Bistrița Năsăud:</b>	Focus pe Facebook: Cca. 4 postări/săpt. Pe Instagram, activitatea este minimă/pasivă (10 postări de la începutul anului), indicând o strategie orientată către o audiență mai matură sau către parteneri instituționali.	<b>Mix Strategic:</b>  - Info: Repostări dense de la Comisie (via).  - Evenimente: Activități de anvergură locală (Ostermarkt, Jurnalist Chef, Poarta Transilvaniei).  - Call to Action: Concursuri de talente și oportunități de mobilitate (DiscoverEU, Youth4Regions).	<b>Cultură &amp; Solidaritate:</b> Valorile europene prin prisma tradiției (olărit, gastronomie socială), Educație media (atelierele Gutenberg), Reziliență locală și Dezvoltare durabilă.	Inovație Digitală (AI): Unic prin utilizarea imaginilor generate de AI pentru a ilustra concepte abstracte (atelierul Gutenberg), Reziliență locală și Dezvoltare durabilă. Brandingul este o fuziune între logoul UE și simboluri locale (Poarta Transilvaniei).	Formal-Interactiv: Limbaj adesea conceptual („umanism civic”, „agora europeană”). Format: Fotografii de tip reportaj de la evenimente și afișe elaborate pentru concursuri.	Rol de <b>ancoră culturală:</b> explicarea rolului UE „la firul ierbii”. Reușesc să ducă temele UE în spații neconvenționale (cafenele, muzee, Soho Music Hall) și să le lege de identitatea transilvăneană.

	Frecvență (Postări/Săpt)	Tipuri de Mesaje (Call to action, Info, Eveniment)	Tematici Dominante (Green Deal, Digital, Alegeri etc.)	Adaptare Vizuală (Branding)	Stil și Format (Formal, Foto/Reels/Grafică)	Element de unicitate
<b>EUROPE DIRECT Región de Murcia:</b>	Instagram: Frecvență medie (2-3 postări/săpt), cu ritm intensificat în mai (Ziua Europei).  FB pasiv: Prezență redusă (cca. 1 postare/săpt sau deloc), servind doar ca oglindă a IG.	<b>Mix Strategic:</b> - Colab Posts: Majoritatea conținutului pe IG este în colaborare cu Guvernul Regiunii Murcia sau școli.  - Parteneriat Media: Serie de podcast-uri realizate cu Cadena COPE.  - Proximitate Instituțională: Repostări dense din sursele oficiale regionale.	-Educație & Mobilitate: Focus masiv pe Erasmus+ Days și formarea profesorilor.  -Democrație Activă: Podcast-uri despre calitatea democrației și implicarea societății.  -Cultură: Promovarea cinematografiei europene (Premiul LUX).	- Video-Centric (Podcast & Reels): Folosesc masiv formatul video pentru a documenta interviuri radio sau sondaje stradale.  - Branding Instituțional Local: Integrarea constantă a logoului Regiunii Murcia alături de cel Europe Direct.	- Informativ-Instituțional: Limbaj axat pe oportunități academice.  - Interactiv în Reels: Ton mai relaxat în clipurile de tip Vox Pop (întrebări adresate cetățenilor pe stradă despre UE).	Ancoră Instituțională-Media: Se distinge prin externalizarea producției de conținut către parteneri media (Radio COPE) și guvernul regional, acționând ca un hub de diseminare a politiciilor UE în Murcia.
<b>EUROPE DIRECT Comunitat Valenciana:</b>	Constantă: Aproximativ 3 postări/săpt pe Instagram și Facebook. Există o strategie de oglindire (postări identice), dar și conținut diferențiat pentru evenimente specifice.	Mix Strategic  - Evenimente Proprii: Documentare densă a sesiunilor de formare și vizitelor la sediu.  - Parteneriate Locale: Colaborări cu universități (UV) și institute de cercetare.  - Colaborări Instituționale: postări colab cu Comunitatea Valenciană.	Educație & Democrație: Focus pe formarea studenților, burse postuniversitare (Colegiul Europei), simulări ale procesului decizional UE și mobilitate (Erasmus+ pentru toate vârstele).	- Storytelling prin imagini de grup: Predomină fotografiile colective de la evenimente on-site, oferind o față umană instituției.  - Branding Dublu: Utilizarea constantă a elementelor vizuale proprii alături de logoul Generalitat Valenciana.	- Instituțional-Apropiat: Un echilibru între limbajul formal (simulări legislative) și cel motivațional (beneficiile mobilității).  -Format Informativ: Postări tip carusel pentru ghiduri de burse și oportunități.	Ancoră Educațională: Centrul se poziționează ca un hub de resurse pentru mediul academic și școlar din regiune, punând un accent deosebit pe învățarea pe tot parcursul vieții și pe experimentarea directă a democrației europene (prin jocuri de simulare).
<b>EUROPE DIRECT Albacete:</b>	De la o prezență pasivă (1 postare la 2 săptămâni) până în aprilie, la o activitate curentă de cca. 2 postări/săpt. În total 15 postări pe IG de la începutul anului, majoritatea fiind dublate pe Facebook.	Info & Eveniment: Predomină mesajele despre evenimentele din teren ("Huella Europa"), sesiuni radio participative și infografice educative bazate pe date statistice.	Democrație & Mediu: Accent pe libertatea de exprimare ("Tu voz cuenta"), prioritățile Pactului Verde (surse de energie în UE) și celebrarea identității europene (40 de ani de la aderarea Spaniei).	Branding Simplu & Informativ: Folosesc o estetică simplă, cu infografice clare (tip Eurostat) și fotografii care documentează interacțiunea directă a echipei cu tinerii în studiouri radio sau parcuri.	Stil Educațional-Interactiv: Mix între grafică informativă (diagrame circulare), Reels din timpul vizitelor la expoziții și fotografii de tip reportaj de la emisiunile radio realizate cu elevii (ex. Nova Onda).	Se remarcă prin utilizarea studioului radio ca spațiu de dezbateră pentru elevi ("Somos Da Vinci"), oferind tinerilor o platformă reală pentru a-și exprima viziunea asupra Europei.
<b>EUROPE DIRECT Castilla-La Mancha:</b>	Medie Moderată: Aproximativ 1postare/săpt pe Instagram. Pe Facebook, ritmul este mai alert din cauza volumului mare de distribuiri (reposts) de la alte instituții.	Mix Hibrid: Combinație între informații (distribuiri masive de la Parlamentul European), evenimente (murale participative, întâlniri oficiale) și Call to Actions (participare la concursul Premiul Charlemagne).	Solidaritate & Incluziune: Focus pe acțiuni comunitare, incluziunea persoanelor cu dizabilități (vizita la Tomelloso), educație timpurie și impactul fondurilor UE în regiune (proiecte locale).	Branding Instituțional Regional: Integrare puternică cu identitatea vizuală a regiunii Castilla-La Mancha. Folosesc infografice detaliate și afișe de eveniment cu estetică modernă.	Nativ & Distribuit: Pe IG predomină conținutul nativ (fotografii de grup, Reels cu activități stradale și artă urbană). Pe FB domină formatul de repost (video-uri de pe YT/FB de la biroul Parlamentului European din Spania).	Se remarcă prin coborârea temelor UE în stradă prin artă (murale) și evenimente de divertisment (DJ set pentru Ziua Europei), transformând instituția într-un actor social activ în micile comunități din regiune.