



PROMETEO



Plan de Communication

Projet PROMETEO

Un village transfrontalier pour protéger la culture des arboricoles méditerranéennes en partageant les connaissances

Réf. N° C-5_2.1 -36



PROMETEO

Deux rives qui s'unissent
pour la défense des arboricultures
méditerranéennes

Rédigé en Septembre 2022

Index

1. Introduction	3
2. La stratégie de communication et la structure du plan	4
2.1. La structure de gestion de la communication et les ressources humaines	8
2.2. Les phases de mise en œuvre de la stratégie de communication	9
3. Objectifs du Plan de communication	9
3.1. Les objectifs principaux du projet	9
3.2. Les objectifs spécifiques de la communication	10
4. Analyse des groupes cibles	11
4.1. Cible externe	11
4.2. Cible Interne	15
5. Messages clés	16
6. Cadre opérationnel du plan de communication stratégique	17
6.1. Mise en œuvre des activités de communication externe	19
6.2. Mise en œuvre des activités de communication interne	31
6.3. Fiches d'exécution des outils de communication	33
7. Indicateurs de Performances :	47
8. Calendrier Prévisionnel d'exécution des activités	50
9. Budget Prévisionnel global	51



PROMETEO



1. Introduction

Ce Plan de Communication vise à valoriser le projet PROMETEO, «Un Village transfrontalier: pour protéger les cultures arboricoles méditerranéennes en partageant les connaissances ». Un parcours continu et homogène accompagne le projet, durant ses deux ans d'activité, à travers le développement d'actions qui valorisent le patrimoine des cultures arbustives méditerranéennes typiques telles que les agrumes, les amandiers et les oliviers. L'objectif est de créer un réseau transfrontalier de collaboration entre chercheurs, entreprises et autres acteurs italiens et tunisiens pour promouvoir le développement de solutions techniques innovantes et durables pour la protection de ces cultures contre les organismes pathogènes de quarantaine ou les ravageurs émergents, qui menacent leur rentabilité et leur survie.

Le projet PROMETEO, qui se caractérise par un haut niveau d'innovation puisqu'il repose sur la méthode scientifique ouverte, vise à améliorer la qualité des services rendus par les laboratoires scientifiques et pédagogiques des deux pays partenaires . En outre il vise à mettre à jour les connaissances des chercheurs et acteurs en s'appuyant sur les conseils des experts de renommée internationale, à travers des rencontres, des séminaires, des cours résidentiels et à distance, afin d'élaborer et valider des protocoles et des bonnes pratiques et définir des lignes directrices pour les études et les recherches scientifiques dans le secteur.

Le réseau transfrontalier représente une plate-forme technologique d'interaction entre tous les acteurs des chaînes d'approvisionnement pour partager des idées, des expériences et des connaissances et pour transférer l'innovation technologique à travers des activités pilotes de démonstration et de diffusion scientifique dans différents environnements.

Le projet stratégique s'inscrit dans le cadre du 'Programme IEV de Coopération Transfrontalière (CT) Italie - Tunisie 2014-2020' et vise à créer un "village de partage de connaissances et d'expériences" dans la ville de Palazzolo Acreide, village rural historique de forte Méditerranée connotation située en Sicile, la principale région productrice d'agrumes en Italie, à la frontière entre les provinces de Syracuse et de Raguse, zone cible du projet.

Les résultats seront utiles pour orienter les politiques agricoles, renforcer les services phytosanitaires, accroître l'efficacité de la production, la compétitivité et la durabilité de ces secteurs et améliorer les normes de qualité en matière de sécurité alimentaire.

L'équipe transfrontalière est composée de huit partenaires dont l' Università degli Studi di Catania (Dipartimenti di Agricoltura Alimentazione e Ambiente - Di3A, Scienze chimiche - DSC e Scienze Biomediche e Biotecnologiche - BIOMETEC) et L'Université Tunis El Manar



prometeo-italietunisie.eu
info@prometeo-italietunisie.eu





PROMETEO



(UTM), le Centre Technique des Agrumes (CTA), l'Institut National de Recherche Agronomique de Tunis (INRAT), l'Agence Nationale de la Promotion de la Recherche scientifique (ANPR), il Comune di Palazzolo Acreide, le Centro di Ricerca per l'Innovazione e Diffusione della Conoscenza (CERID) et la société Expergreen.

L'innovation et le multimédia représentent les points clés de la stratégie de communication. L'objectif est d'encourager et de stimuler la participation active de tous les sujets et acteurs partenaires pour le développement du matériel d'information à diffuser, en favorisant l'accessibilité, la convivialité et l'interactivité.

Ce plan de communication, en ligne avec les principes généraux du Projet PROMETEO, prévoit à l'échelle pluriannuelle la stratégie de communication qui sera adoptée au sein du projet pour atteindre l'objectif général de diffusion. Pour cette raison, le plan de communication définit la liste des actions et des produits conçus dans le but d'informer tous les sujets qui seront impliqués dans la mise en œuvre des activités sur les objectifs et les résultats intermédiaires et finaux, de diffuser les résultats et d'atteindre les acteurs dans les réseaux nationaux et internationaux pour sensibiliser et garantir la participation et le consensus social.

2. La stratégie de communication et la structure du plan

Conformément aux recommandations de la Commission Européenne et aux indications contenues dans le « *Manuel de mise en œuvre des projets* », le Plan de Communication du projet PROMETEO repose sur les informations suivantes:

- Définition des objectifs de communication
- Segmentation et identification des groupes cibles
- Définition des messages clés par groupe cible (en relation avec les objectifs opérationnels de l'action)
- Identification des outils et des canaux de communication choisis
- Détermination des principales actions de communication envisagées et feuille de route indicative
- Identification d'indicateurs d'évaluation de la performance de la communication (KPI)
- Moyens de vérification/feedback



PROMETEO



- Définition du plan des ressources humaines impliquées dans le processus de communication
- Définition des ressources financières et détermination du budget de communication

Le contenu et les objectifs de ce plan de communication sont en ligne avec les objectifs de l'acronyme "**SMART**" qui dérive d'un terme anglais et emprunté à la communication d'entreprise et à l'approche Goal Setting (George Doran, Arthur Miller et James Cunningham, 1981) :

- **Spécifique (Specific):** clair et précis
- **Mesurable (Measurable):** quantifiable et mesurable
- **Atteignable (Attainable):** attractif et réaliste
- **Réaliste (Realistic):** pertinent pour les médias et le public
- **Défini dans le temps (Time-bound):** mesurable dans le temps

Specific. Puisqu'un objectif spécifique a plus de chance d'être atteint qu'un objectif général, il est nécessaire de définir les objectifs spécifiques qui répondent aux six questions "W" (Who, What, Where, When, Which, Why).

Le plan de communication identifie donc les facteurs clés suivants :

- WHO (Qui): Qui est impliqué? Quels sont les groupes cibles?
- WHAT (Quoi): Qu'est-ce que je veux communiquer? Quels messages et produits je veux partager?
- WHERE (Où): Identifier un lieu
- WHEN (Quand): Quels sont les délais pour atteindre les objectifs de diffusion?
- WHICH (Lequel): Quels sont les modes et / ou les outils de diffusion?
- WHY (Pourquoi): Quels sont les objectifs ou les avantages de la diffusion?

Measurable. Afin de vérifier les progrès accomplis vers l'atteinte des objectifs préétablis, des critères de mesure concrets (indices) ont été établis pour chaque produit de communication envisagé. Les outils de vérification et de mesure des résultats obtenus qui ont été identifiés permettront non seulement le suivi des activités de communication mais aussi une évaluation objective de leur efficacité. La dernière partie du plan résume les méthodes d'évaluation identifiées pour chaque outil de communication individuel identifié.



PROMETEO



Attainable. Les objectifs ont été fixés de manière à être réalistes, fiables et donc atteignables. La plupart des personnes impliquées et les public auxquels s'adresseront les activités de communication ont des compétences techniques et /ou scientifiques limitées, et il sera donc nécessaire de ne pas se concentrer sur les aspects techniques du projet mais d'identifier des objectifs de diffusion et des messages clés facilement compris même par le public non- spécialisé. Les objectifs et les stratégies de communication ont également été convenus et partagés avec tous les partenaires du Projet.

Relevant. Les objectifs doivent être pertinents, importants pour atteindre les objectifs de l'initiative et doivent être pleinement cohérents avec les outils à utiliser dans la stratégie de communication et avec les groupes cibles à atteindre.

Time-bound. Pour maximiser l'impact des efforts de communication, les activités ont été organisées avec des délais précis, qui incluent des moments de vérifications périodiques et des étapes qui dictent certains délais pour la réalisation et le contrôle des objectifs fixés.



Une stratégie de communication vient en appui à la réalisation des objectifs et des activités d'un projet ou d'un programme. Il s'agit de traduire en termes d'activités et d'actions qui sont susceptibles de lever toutes ou en partie des contraintes identifiées pendant l'analyse de la mise en œuvre des activités. Elle doit être élaborée pendant la phase de formulation du projet ou du programme, dans tous les cas, elle doit susciter, accompagner la concertation



PROMETEO



et le dialogue entre tous les partenaires et acteurs d'un programme ou d'un projet. L'approche théorique de la stratégie de communication prend en compte deux domaines de référence de la communication liés au Projet :

- la collecte et le partage du savoir afin de **contribuer à la valorisation des résultats de recherche et au transfert de technologies**
- la transmission des informations, des données et du savoir aux interlocuteurs, aux partenaires, aux bénéficiaires comme résultat des activités réalisées dans le but **d'accroître la visibilité du projet PROMETEO auprès des principales cibles du Projet.**

De ce point de vue, la communication peut être considérée comme une stratégie appliquée aux relations avec les sujets impliqués à différents titres dans le Projet et comme un ensemble d'outils visant à informer, mais également à appréhender et à représenter la réalité, et à produire une "vision" commune.

Un plan de communication doit être basé sur les valeurs suivantes :

1. L'Existence : Le principe de l'existence d'une stratégie de communication devra être respecté.
2. La continuité : La continuité devra être assurée avec les moyens financiers et les ressources humaines qui y affèrent.
3. La différenciation : *Il s'agira de proposer un style de communication propre au projet PROMETEO qui devrait permettre de se différencier par rapport à d'autres émetteurs.*
4. La clarté : Il faudra veiller à ce que les messages soient CLAIRS et éviter des textes trop techniques, administratifs ou pompeux.
5. Le réalisme : Les activités de communication devront être REALISTES en fonction de la période d'exécution restante et des ressources disponibles
6. La déclinaison : Décliner sur tous les supports les objectifs de communication que l'on veut illustrer pour les prochains mois.
7. La cohérence : Les mécanismes mis en place au niveau de la stratégie de



PROMETEO



communication, notamment en tenant compte de la communication opérationnelle en vue de mobiliser tous les collaborateurs, doivent être cohérents par rapport aux orientations stratégiques du PROMETEO.

8. L'acceptabilité interne : Les collaborateurs du projet seront tous informés, de façon privilégiée et avant le public externe

2.1. La structure de gestion de la communication et les ressources humaines

Une exigence essentielle pour la mise en œuvre correcte et efficace de la communication du projet est la mise en place d'un groupe de travail qualifié et expérimenté avec une forte propension à la gestion et à l'organisation de campagnes de communication et d'événements, mais surtout flexible et disponible pour toute demande.

Pour cette raison, le flux de communication du projet PROMETEO sera coordonné et géré par le Groupe de Travail Thématique pour la Communication. Cela implique la présence d'un Coordinateur de la Communication, un expert senior du Centro di Ricerca per l'Innovazione e Diffusione della Conoscenza (CERID), le bénéficiaire responsable du GT2 "Activités de communication", qui coordonnera les activités de diffusion, de sensibilisation et de communication du projet sous la supervision continue de l'organisme chargé des activités de communication du projet, c'est-à-dire le bénéficiaire principal, l'Université de Catane, avec le soutien et l'implication directe du partenaire tunisien, l'Agence Nationale de la Promotion de la Recherche scientifique (ANPR), qui dispose d'expériences et de compétences importantes dans le domaine de la communication.

Outre le Coordinateur, les personnes de contact des bénéficiaires individuels feront partie du groupe de travail, spécifiquement identifiées à cet effet, et qui devront s'interfacer entre eux pour discuter des axes stratégiques à adopter pour la communication, pour la production et la validation des documents et produits, travailler en synergie pour impliquer les parties prenantes, coordonner la communication externe avec les médias et les autorités locales.

Par le biais du groupe de travail thématique pour la communication, chaque partenaire sera également directement impliqué dans la contribution à l'activité de communication du projet à travers la diffusion et la promotion des activités, des événements, des rendez-vous et des résultats obtenus par le projet.

Les membres du groupe se réuniront au besoin et maintiendront un niveau de communication et d'échange continu et constant, également par le biais de moyens et de programmes informatiques.

2.2. Les phases de mise en œuvre de la stratégie de communication

La stratégie de communication du projet PROMETEO sera mise en œuvre en 3 phases principales, séquentiellement intégrées et chronologiquement corrélées en fonction de l'avancement et de l'atteinte des objectifs du projet

- Phase 1: Au début et dans les premiers mois du projet, l'objectif spécifique sera d'informer sur le projet et les produits/résultats attendus, de montrer son potentiel et son caractère innovant, afin de créer un consensus et une adhésion autour du projet, éléments nécessaires au développement des actions ultérieures du projet;
- Phase 2: Dans une phase ultérieure du projet il s'agira d'analyser l'état de l'art et l'avancement des activités, afin de communiquer et faire connaître les activités du projet, de communiquer en amont les futures activités à développer et documenter les progrès et les résultats obtenus, afin de renforcer et d'élargir la participation aux événements futurs et l'intérêt pour le projet;
- Phase 3: Enfin, dans la dernière période du projet, il s'agira de diffuser les connaissances acquises, les bonnes pratiques développées et les résultats obtenus afin de garantir la pérennité future du projet PROMETEO même après sa conclusion.

Toutes les différentes phases seront caractérisées par une stratégie de communication, en pleine conformité avec les lignes directrices en matière de communication et de visibilité du Programme IEV CT Italie-Tunisie 2014-2020, pour assurer la transparence des messages à transmettre, à travers l'utilisation des différents outils de communication et à travers un langage calqué sur les groupes cibles, mais qui en tout cas, malgré les contenus purement techniques, est clair, compréhensible, direct, accessible et adapté pour diffuser les messages de manière optimale.

3. Objectifs du Plan de communication

Les objectifs généraux de la communication correspondent aux buts que le projet doit atteindre sur le moyen et le long terme.

3.1. Les objectifs principaux du projet

Le projet vise à améliorer la qualité des services fournis par les laboratoires scientifiques et éducatifs des deux pays partenaires la Tunisie et l'Italie, à actualiser les connaissances des



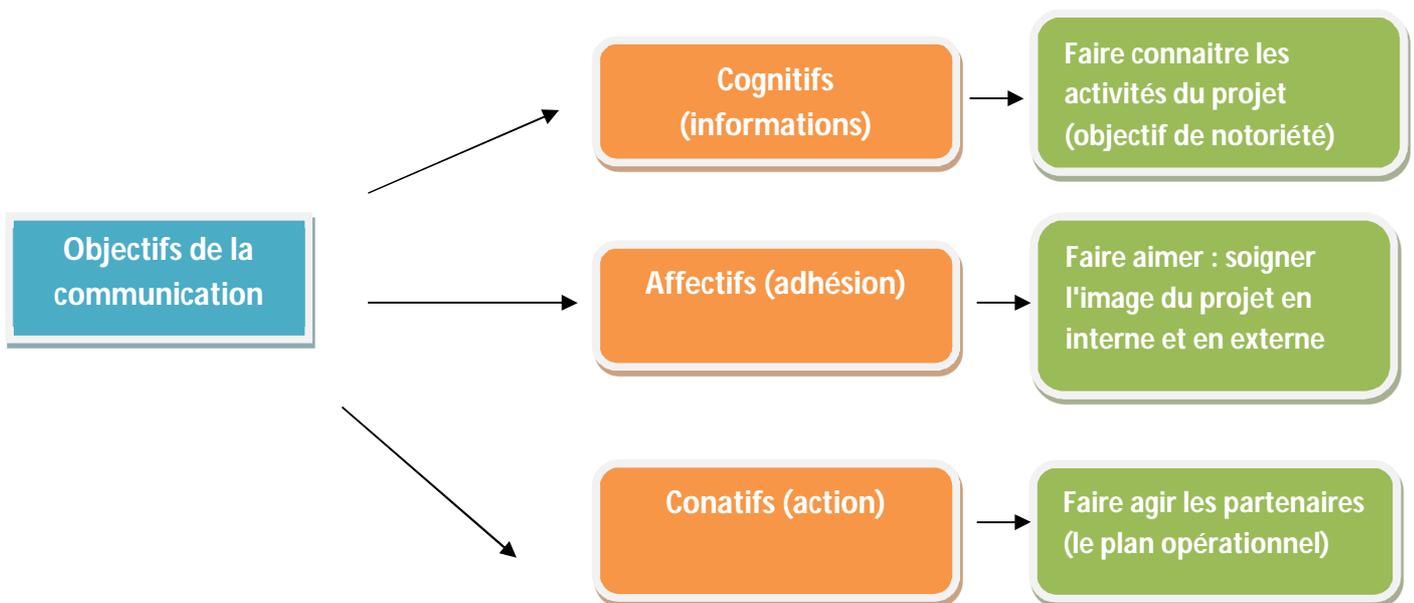
PROMETEO



chercheurs et des autres parties prenantes, en s'appuyant sur les conseils d'experts de renommée internationale *via* des réunions, des séminaires, des cours en présentiel et à distance ainsi qu'une assistance pour l'élaboration et la validation des protocoles et des bonnes pratiques et la définition des lignes directrices.

De ce fait le plan de communication stratégique se fixe les **objectifs généraux suivants**:

- Favoriser la **diffusion d'informations sur le projet PROMETEO**.
- Publier et **diffuser les résultats du projet PROMETEO**, en créant des synergies entre le monde de la recherche et d'innovation et les acteurs socioéconomiques
- Mettre en valeur le **rôle et l'importance du soutien de L'UE** pour la promotion de le recherche et l'innovation



3.2. Les objectifs spécifiques de la communication

- Faire connaître stratégiquement les objectifs du projet aux parties prenantes et les cibles intéressés.
- Informer sur l'état d'avancement du projet et des activités aux groupes cibles.
- Elargir l'implication et la participation de toutes les parties prenantes.
- Promouvoir les actions du projet et leurs résultats pour les bénéficiaires finaux à travers la propagation d'un branding "PROMETEO".



PROMETEO



- Diffuser les résultats du projet au plus haut niveau considérant que les décideurs constituent un relais incontournable dans le processus de valorisation de la recherche scientifique en général et de la promotion du projet en particulier.
- Mettre en avant de la scène le rôle de l'UE dans la promotion de la culture de l'innovation dans les deux rives du méditerranée.

4. Analyse des groupes cibles

Le plan de communication stratégique est élaboré essentiellement sur la base de l'analyse des relations fonctionnelles reliant le projet PROMETEO aux institutions et aux sujets qui agissent dans son environnement de référence.

Les cibles du projet PROMETEO sont les groupes identifiés comme directement pertinents pour la réalisation des objectifs de communication du projet, c'est-à-dire les sujets clés qui sont censés avoir le potentiel de fournir la plus grande résonance possible aux résultats du projet et d'élargir le nombre autant que possible des acteurs impliqués dans la mise en œuvre des actions.

Les activités de communication seront développées de manière à interagir et collaborer avec les différentes cibles de la manière la plus efficace possible.

Les sujets auxquels s'adressera la communication peuvent être distingués en deux domaines spécifiques.

- Un premier domaine est « externe » ; il représente l'ensemble des cibles réelles vers lesquelles le projet PROMETEO doit communiquer et vers lesquelles le projet lui-même s'adresse.
- Le second domaine est « interne » et représente le contexte dans lequel agissent et interagissent les membres du partenariat du projet PROMETEO, dont les modèles d'organisation nécessitent une structure de communication efficace.

4.1. Cible externe

Le projet PROMETEO est un projet intégré et, à ce titre, accorde une attention particulière à l'implication des différents acteurs qui jouent un rôle clé dans la mise en œuvre d'une stratégie de gestion transfrontalière coordonnée, tels que les exploitations agricoles, les associations de producteurs, les pépinières, les professionnels, les universités, les structures de recherche, les syndicats, mais aussi les bénéficiaires finaux, pouvoirs publics,



PROMETEO



médias et influenceurs.

Plus précisément, les différentes parties prenantes auxquelles la communication externe s'adresse sont résumées dans les catégories suivantes :

1- Les acteurs directement impliqués dans le projet : Les groupes cibles directement impliqués dans le projet ont été inclus dans le réseau en raison de leurs compétences spécialisées ou en tant qu'acteurs dans les chaînes cibles, ils sont intéressés par la résolution de la problématique et bénéficieront directement des résultats du projet à l'instar des entreprises agricoles, des pépinières, des groupement professionnels, des universités, des structures de recherche et des syndicats

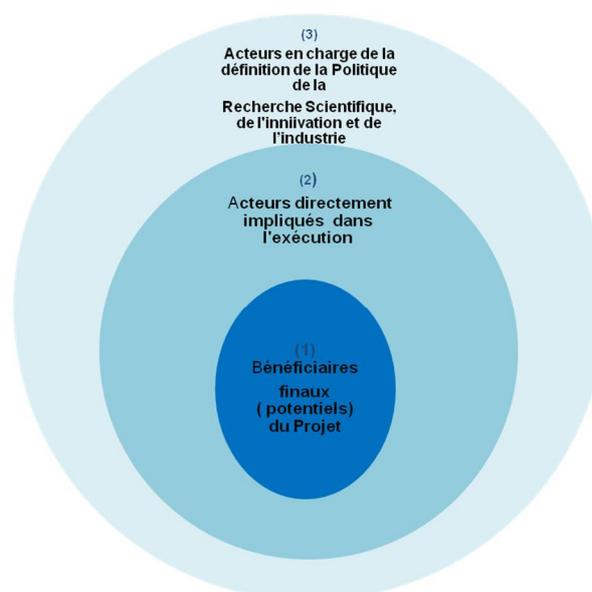
2- Les bénéficiaires finaux :

Ce sont ceux qui bénéficient des résultats du projet à travers les groupes cibles, l'activité de diffusion, les applications des résultats à une plus grande échelle et les retombées indirectes à citer les services phytosanitaires et d'assistance technique, les associations de producteurs agricoles et les entreprises agricoles et commerciales

3- Les décideurs /Les pouvoirs publics:

Les acteurs en charge de la définition de la Politique de la Recherche Scientifique, de l'agriculture et de l'industrie, les institutions financières.

4- Les faiseurs d'opinion : les média et les influenceurs





PROMETEO



Plus en détail, compte tenu de la spécificité du projet Prometeo, les groupes cibles suivants ont été identifiés et classés :

Groupes cibles de la communication	Description des groupes cibles
Groupes cible 1	Entreprises agricoles, pépinières, associations de producteurs et districts de production de l'ensemble de la macro région Sicile-Tunisie et d'autres pays OEPP.
Groupes cible 2	structures de recherche et services
Groupes cible 3	Opérateurs touristiques et culturels de la province de Syracuse, citoyen de Palazzolo Acreide
Groupes cible 4	Entreprises fournissant des moyens et de services techniques pour l'agriculture
Groupes cible 5	Décideurs publics

Vous trouverez ci-dessous les objectifs du projet Prometeo en fonction des différents groupes cibles.

Groupes cibles *	Spécifiez le type des groupes cibles *	Valeur cible *
1 Groupe cible 1	Entreprises agricoles, pépinières, gro	12
2 Groupe cible 2	Organismes de recherche et services	10
3 Groupe cible 3	Opérateurs touristiques et culturels (M	n. de personnes 100
4 Groupe cible 4	Entreprises fournissant des moyens e	2
5 Groupe cible 5	Décideurs public	n. de personnes 100

Bénéficiaires finaux

Les « bénéficiaires finaux » sont ceux qui tireront, du projet, un profit à long terme au niveau de la société ou du secteur au sens large.

Le nombre de bénéficiaires du projet est beaucoup plus important que celui des groupes cibles.

Il s'agit principalement des services phytosanitaires et d'assistance technique en agriculture des pays OEPP, des organismes et organisations européens et internationaux responsables de la protection des cultures et de la sécurité alimentaire (OEPP, FAO, EFSA), des associations de producteurs agricoles, les organisations professionnelles et autres organismes associatifs de toute la macro-région Sicile-Tunisie et des autres pays de l'OEPP, les entreprises agricoles et commerciales, les pépiniéristes, les fournisseurs de produits et de services des trois secteurs cibles sur le territoire de l'OEPP et les opérateurs culturels et touristiques de la province de Syracuse, avec une référence particulière à la municipalité de Palazzolo Acreide et à sa citoyenneté.

Les catégories de bénéficiaires sont énumérées schématiquement dans le tableau suivant, où la valeur cible à atteindre est également indiquée. Ces catégories seront atteintes et bénéficieront des résultats du projet à travers les groupes cibles, l'activité de diffusion, les applications des résultats à une plus grande échelle et les retombées indirectes.

Bénéficiaires finaux *	Spécifiez la catégorie des Bénéficiaires finaux *	Valeur cible *
Bénéficiaires finaux 1	Services phytosanitaires et d'assistance technique	n. de personnes 500
Bénéficiaires finaux 2	Organismes internationaux et européens respon	n. de personnes 1'000
Bénéficiaires finaux 3	Associations de producteurs agricoles, organisati	n. de personnes 10'000
Bénéficiaires finaux 4	Entreprises agricoles et commerciales, pépinière:	n. de personnes 20'000
Bénéficiaires finaux 5	Opérateurs culturel et touristique dans la provin	n. de personnes '8000

4.2. Cible Interne

Cette cible est composée de tous les partenaires impliqués dans l'exécution des activités du projet PROMETEO et doit être considérée comme homogène afin de privilégier la transversalité du message.

Le flux de communication au sein du partenariat doit viser à maintenir un échange constant d'informations entre les partenaires, à assurer la gestion du projet et à atteindre les objectifs stratégiques de conservation et de communication et de diffusion des résultats.

Le Groupe Communication, c'est-à-dire le groupe de travail composé du responsable de la communication et des interlocuteurs identifiés par chaque partenaire qui sera créé en début de projet, jouera un rôle déterminant pour assurer une communication interne continue et coordonnée.

Les relations entre les partenaires seront entretenues à travers des séminaires, des débats et des brainstormings mais aussi à travers des formes formelles et informelles de communication ainsi que sous des formes individuelles et pas nécessairement de groupe, renforçant le professionnalisme et les attitudes du personnel impliqué.

La communication interne du partenariat consistera à travailler et échanger ensemble et à se tenir constamment au courant de l'avancement du projet, et pourra être mise en œuvre avant tout à travers les technologies de communication disponibles (email, messagerie, visioconférence, etc.).

5. Messages clés

Une fois la cible de référence définie, il convient d'identifier les messages clés, qui devront être ajustés de temps à autre en fonction du public auquel ils s'adressent. Ils seront définis selon les principes suivants :

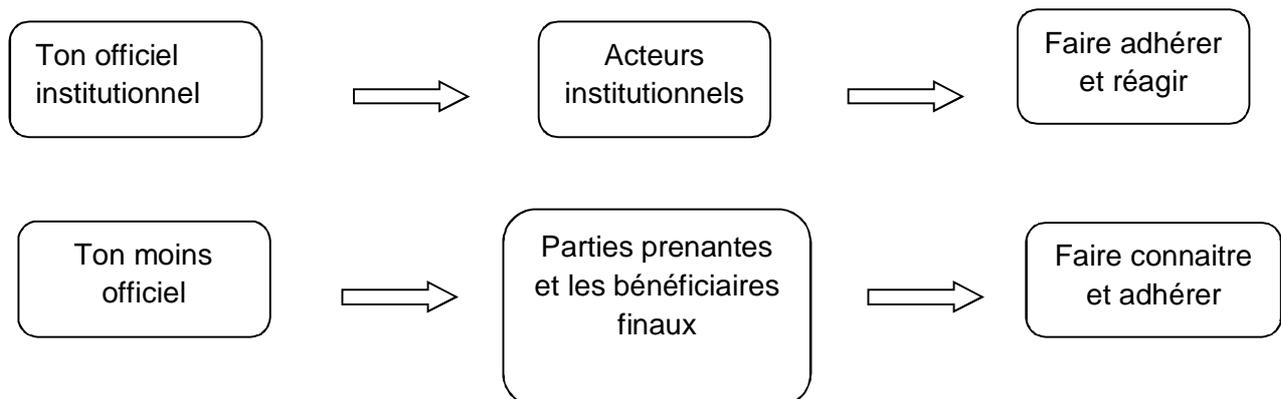
- Montrer l'importance et la pertinence du problème ;
- Lier les messages que vous souhaitez transmettre aux valeurs, motivations et intérêts du public spécifique ;
- Identifier les messages culturellement pertinents et qui touchent la sensibilité du public.

Les messages clés doivent être clairs, intuitifs et assimilables, afin d'être facilement mémorisés, éventuellement résumés sous forme de titres avec quelques mots ou phrases clés.

Les messages découlent de façon logique des objectifs de communication fixés et des changements souhaités au niveau de chaque groupe de cible.

Sur plan de la tonalité, il s'agit de choisir l'orientation qui sera donnée à chaque message pour accroître ses chances d'influencer la cible visée.

Dans le cadre du projet PROMETEO, les messages à délivrer peuvent emprunter deux tons:



6. Cadre opérationnel du plan de communication stratégique

Tous les outils de communication doivent permettre à chaque partenaire de communiquer les résultats de ses activités et les objectifs atteints, tant aux partenaires internes du projet qu'aux acteurs et opérateurs extérieurs, mais potentiellement intéressés par la thématique du projet PROMETEO.

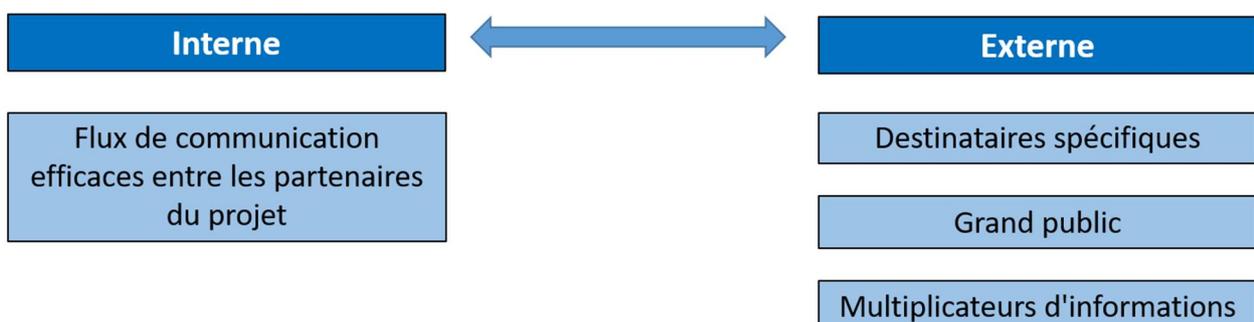
Dans le cadre des outils de communication, on peut distinguer deux grands types :

1. Outils de communication externe
2. Communication interne entre les partenaires du projet

Les outils de communication externe permettent de transmettre le contenu du projet en termes d'objectifs, d'actions et de résultats attendus et d'atteindre rapidement et efficacement le large public d'acteurs et de parties prenantes impliqués dans l'initiative du projet.

Les outils de communication interne, en revanche, permettent de créer un flux de travail partagé ainsi que des moments de dialogue et de rencontre entre les partenaires du projet, et concernent la diffusion de toutes les informations entre les partenaires impliqués dans la mise en œuvre du projet afin de communiquer de manière uniforme et homogène et d'harmoniser les différences de communication découlant de la diversité du cœur de métier des partenaires, et donc des sensibilités, des sphères d'action et du scénario opérationnel sur lesquels les partenaires exercent leurs activités spécifiques au quotidien.

Communication du programme





PROMETEO



Programme cofinancé par
L'UNION EUROPEENNE



Republique Tunisienne



Regione Siciliana

Voici les principaux outils qui seront utilisés pour poursuivre les stratégies de communication externe du projet PROMETEO.

- ✓ Logo du projet et identité visuelle
- ✓ Site web
- ✓ Bulletin d'information périodique
- ✓ Pages de profil social (Facebook, Instagram et Twitter)
- ✓ Matériel promotionnel (Panneaux, Rollups banner, Publications scientifiques, Gadgets)
- ✓ Communication événementielle (Séminaires de KoM, Ateliers thématiques, Ateliers de formations, Séminaire de clôture)
- ✓ Promotion dans les médias et la presse locale et régionale
- ✓ Conception et réalisation d'un vidéo de vulgarisation du projet Prometeo

Tous les matériaux produits doivent porter le logo du Programme IEV CT «Italie-Tunisie» 2014-2020, de l'Union Européenne, une indication du cofinancement «Programme cofinancé par l'Union Européenne», l'emblème de la République italienne, de la République tunisienne et de la Région Sicilienne, le logo du Projet PROMETEO sur la première page, tel que requis par la législation Européenne et par l'Organe de Gestion dans le Manuel d'identité visuelle du PO. Les documents officiels produits par les partenaires doivent être en français.

Chaque outil sera présenté en détail dans les pages suivantes et accompagné d'une fiche de synthèse descriptive.

6.1. Mise en œuvre des activités de communication externe

Logo du projet et identité visuelle

L'image ou l'identité graphique du projet garantit l'identification claire du projet. Il comprend le logo et des formats prédéfinis qui sont utilisés dans les principaux supports de communication (par exemple, papier à en-tête, couverture de rapport, modèles de présentation, arrière-plan virtuel pour les réunions télématiques, etc.) et permet d'identifier immédiatement le projet. Pour que cela soit possible, l'identité graphique doit être efficace et hautement communicative. Il doit également servir à la perception d'une identité commune et cohérente pour toutes les actions du projet, qui seront alors rapidement et facilement identifiées. En plus de faciliter la reconnaissance des actions, des documents et des produits réalisés dans le cadre du projet, l'identité graphique permettra également de les associer automatiquement à ses objectifs et à ses messages clés, rendant ainsi la transmission de l'information plus efficace.

Tous les supports de communication qui seront produits incluront l'utilisation du logo du projet intégré aux logos institutionnels fournis par le Programme IEV de Coopération Transfrontière (CT) Italie-Tunisie 2014-2020.

Un logo est l'identité même du projet, c'est-à-dire l'image qui le représente. Il doit donc être compris de tous et facilement mémorisable, mais doit aussi traduire les valeurs, renseigner sur les activités, et doit donc différencier le projet des autres projets dans la même thématique.

La démarche à entreprendre donc, est de donner une identité au projet qui peut perdurer dans le temps afin d'assurer la visibilité du projet et prévoir par la suite sa déclinaison sur tous les différents supports de communication (print, digital, audiovisuel...) tout en respectant les lignes directrices de la communication et visibilité du Programme IEV CT «Italie-Tunisie» 2014-2020 à savoir l'affichage des éléments suivants sur tout support de communication:

1. *Le logo du programme IEV CT «Italie-Tunisie» 2014-2020;*
2. *L'indication relative au cofinancement du programme: "Programme cofinancé par l'Union Européenne";*
3. *L'emblème de l'Union Européenne,*
4. *L'emblème de la République italienne,*
5. *L'emblème de la République tunisienne,*
6. *L'emblème de la Région Sicilienne;*
7. *Le logo du projet PROMETEO*



PROMETEO



Le logo et l'image de la marque ont été conçus et développés dans le but de garantir une reconnaissance et une visibilité claires du projet et de son contenu informatif. Le logo choisi assure et garantit un impact important en termes de visibilité et de reconnaissabilité du projet, en alignant tous les niveaux de communication sur l'image de l'entreprise.

Dans la réalisation du logo du projet, on a tenté de concilier les différents aspects conceptuels du projet avec les exigences graphiques et logistiques de l'utilisation.

Du point de vue du résultat de la réalisation, on a travaillé sur la définition du logotype, qui a été réalisé afin de réaffirmer les éléments d'unicité, d'originalité et d'adaptabilité à différents formats. La définition du Logo du projet PROMETEO a été une action partagée par les différents partenaires du projet afin d'adopter une marque la plus représentative possible des besoins de tous les acteurs impliqués.

En plus du logo, une ligne graphique a été élaborée, qui pourra être adaptée aux outils de communication du projet. Le graphisme du logo et les choix de couleurs qui le définissent ont donc été repris sur le papier à en-tête du projet PROMETEO, les formats de présentation et les documents internes.

Dans un premier temps, une série d'esquisses ont été réalisées pour identifier au mieux l'idée de base de représenter le moment de l'union des deux rives transfrontalières de l'Italie et de la Tunisie et d'y inclure les trois cultures arboricoles étudiées dans le cadre du projet Prometeo.

Après plusieurs tentatives soumises à l'évaluation des partenaires, le choix final s'est orienté vers une stylisation des éléments symboliques qui, à travers les couleurs, reprennent les éléments caractéristiques des agrumes (orange), des amandiers (marron) et des oliviers (vert) et, à travers le fond d'union, rendent évidente la coopération internationale entre l'Italie et la Tunisie.

Vous trouverez ci-dessous les différentes esquisses de test utilisées pour choisir le logo du projet Prometeo:



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO



Progetto Prometeo

Enfin, le logo final du projet Prometeo est présenté ci-dessous, dans ses versions abrégée et étendue, y compris le payoff (*Deux rives qui s'unissent pour la défense des arboricultures méditerranéennes*) et la proposition USP du projet.

L'idée de base met l'accent sur l'agriculture au sens large, mais l'utilisation des trois couleurs comme fond nous ramène à nos trois éléments fondamentaux : l'oléiculture, l'amandiculture et l'agrumiculture.

La police utilisée est la "Montserrat", de style contemporain et professionnel, conçue pour être très lisible, même à l'écran.



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO

Deux rives qui s'unissent
pour la défense des arboricultures
méditerranéennes

Le logo du projet sera utilisé sur toutes les communications du projet, sur le papier à en-tête du projet, l'en-tête de fax, sur tous les supports et articles promotionnels, sur toutes les communications numériques, sur le site web du projet et des différents partenaires, sur tous les médias sociaux et les pages sociales et sur toutes les publications du projet (documents, présentations, bulletins d'information, recherches, études, rapports, etc.).

Parallèlement à la réalisation du logo du projet PROMETEO, les formats d'identité graphique et visuelle suivants seront également créés :

- ✓ Modèles Word pour le papier à en-tête
- ✓ Mises en page PowerPoint pour les présentations
- ✓ Le fond d'écran du pc comme arrière-plan pour les réunions thématiques

Ces formats d'images graphiques coordonnés seront utilisés par les partenaires pour toutes les communications du projet rédigées sur des plateformes de documents Word (modèle de document .DOC pour la communication interne et externe) ou des présentations PowerPoint (à utiliser dans des diapositives PPT lors de conférences, d'événements, de séminaires, d'ateliers, de réunions internationales, etc.), ainsi que des fonds d'écran pour les réunions en ligne organisées par voie électronique.

Site internet

Le web représente le principal moyen de diffusion de l'identité, de l'image et de l'offre du territoire, ainsi qu'un outil de promotion optimal. Le système d'information est conçu sur la base de trois éléments centraux : interaction, dynamisme et accessibilité.

Le site internet dédié au projet PROMETEO <https://www.prometeo-italietunisie.eu> représente l'outil le plus adapté et le plus actuel pour mettre en place une communication immédiate, durable et susceptible de toucher le plus grand nombre de publics possible. Il représente l'image publique du projet et le point de rencontre entre les partenaires, les



PROMETEO



parties prenantes et les différents groupes cibles. L'objectif spécifique est de fournir des informations précises et constamment mises à jour sur le projet.

Le site sera mis à jour selon des directives qui créent une cohérence et une uniformité dans le contenu. Toutes les activités de communication en ligne et hors ligne menées par les partenaires utiliseront le site web. Sur le site web de chaque partenaire, une visibilité adéquate sera donnée au site web de PROMETEO et aux activités et initiatives se déroulant directement sur ses pages.

La disposition graphique sera conforme à l'image coordonnée qui caractérisera l'ensemble du projet, avec des solutions visuelles qui favoriseront la clarté, la simplicité, l'accessibilité et la facilité d'utilisation des informations et des contenus.

Le site web présentera les objectifs, les actions, les progrès et les résultats du projet. Il contiendra également quelques sections spécifiques approfondies et inclura tout le contenu pertinent du projet PROMETEO. Le site sera mis à jour régulièrement pendant la durée du projet et restera en ligne pendant au moins 5 ans après la fin du projet.

Le site web du projet PROMETEO devra répondre aux besoins de différents groupes d'utilisateurs ; d'une part, il servira d'outil d'information, de mise à jour et de coordination du projet, d'autre part, il contribuera à faire connaître les possibilités de développement et d'implication dédiées aux professionnels, aux communautés scientifiques et aux autres acteurs.

Newsletter (Bulletin d'information) périodique

La Newsletter (bulletin d'information) représente un canal de communication direct avec les groupes cibles du projet. L'objectif du bulletin d'information est d'informer et de diffuser les résultats intermédiaires du projet à grande échelle, dans le but de susciter et de maintenir l'intérêt et la sensibilisation du public cible.

Il fournit également des mises à jour sur l'avancement des travaux, informe sur les événements prévus, et annonce et diffuse des nouvelles, des fiches d'information, des documents et des initiatives.

Le bulletin d'information sera produit à partir de la deuxième année du projet. Il sera gratuit et disponible en ligne sur le site web et envoyé à toutes les adresses électroniques, qui constitueront la base de données de la newsletter (les adresses électroniques seront fournies par tous les partenaires dans la phase initiale).

Il est prévu qu'au moins 4 bulletins d'information soient préparés en format numérique



PROMETEO



uniquement, rédigés sur une base trimestrielle selon les lignes directrices qui seront mises en évidence dans les schémas suivants et également caractérisés par des analyses thématiques spécifiques approfondies.

La publication sera numérique uniquement en français (pour garantir l'égalité d'accès aux opportunités pour les bénéficiaires potentiels, en Sicile et en Tunisie), téléchargeable sur le site officiel du projet et par e-mail (uniquement à ceux qui s'inscrivent et autorisent le partenaire du projet à envoyer la newsletter périodique).

L'utilisation de la lettre d'information électronique (e-newsletter) au lieu de la forme papier traditionnelle permettra une distribution et une diffusion plus large des produits de diffusion conçus sans recourir au format papier, contribuant ainsi à l'engagement pris de réduire l'empreinte carbone, et touchant davantage de personnes.

Réseaux Sociaux

Afin d'assurer une propagation maximale du projet PROMETEO, ses contenus seront également véhiculés sur les profils et les pages des principaux **réseaux sociaux** tels que Facebook, Twitter, Instagram et Youtube qui permettent l'utilisation de diverses méthodes de communication, photos, textes, vidéos, audio et activités interactives, avec une implication directe du public et des opérateurs du secteur.

Plus précisément:

Facebook est le réseau social le plus populaire au monde en raison de sa souplesse et de sa viralité. Facebook permet de partager des images, des vidéos, des commentaires et des liens, et dispose d'un système de chat très pratique. Son public cible est très générique. Le jeune public et les très jeunes utilisent désormais en permanence d'autres réseaux sociaux. Cependant, le groupe cible le plus intéressant pour le projet, le grand public, y est fortement représenté, ce qui en fait un réseau social particulièrement adapté aux objectifs du projet. Pour augmenter la visibilité de la page, une campagne publicitaire à faible profilage pourrait éventuellement être envisagée. En outre, Facebook, contrairement à YouTube, permet une visualisation et un partage beaucoup plus large et plus nombreux de contenus vidéo pour un même travail et un même effort économique. En cas de diffusion en direct, Facebook permet d'atteindre l'ensemble du réseau de contacts en temps réel, ce qui permet à un grand nombre de personnes de se connecter et d'atteindre rapidement des chiffres de performance élevés. En outre, le profil peut être configuré en mode ouvert, qui peut également être consulté par ceux qui n'ont pas de « compte utilisateur » sur le site de réseautage social.



PROMETEO



Twitter: La particularité de Twitter est qu'il autorise une limite maximale de 140 caractères pour les messages et qu'il est possible de partager des liens, de poster des images et des vidéos ; il présente donc l'avantage de l'immédiateté et de la concision ; ce n'est pas un hasard s'il s'agit du canal social le plus adapté à la diffusion de contenus informatifs tout court. Il est donc souvent utilisé pour partager des contenus institutionnels, politiques et journalistiques. La perception de la fiabilité du contenu véhiculé par ce canal social est élevée, tout comme le taux de viralité. Le style et le ton de la voix peuvent également être scientifiques.

Instagram: c'est le social de l'image par excellence, qu'il s'agisse de graphiques, de dessins ou de photographies. Son langage purement visuel en a fait un succès, même auprès d'un public jeune et très jeune. Il est approprié, donc, pour promouvoir des photos, des vidéos et des histoires, car il a un tirage très élevé. Instagram offre de nombreuses possibilités tant pour la promotion, grâce à la possibilité d'utiliser des mots-dièse à travers lesquels on peut annoncer des Call-to-Action, c'est-à-dire la promotion d'un événement en communiquant des adresses et des informations exclusives aux utilisateurs. Une communication efficace sur Instagram nécessite la publication de contenus courts accompagnés d'images de qualité.

YouTube: YouTube est la Plate-forme sociale pour le téléchargement des vidéos, très simple à utiliser et permet d'ouvrir un propre canal auquel le public peut s'enregistrer et soumettre des commentaires, d'organiser des vidéos qui peuvent être téléchargés par d'autres aussi. Un canal YouTube dédié sera activé, dont le nom sera "Prometeo Italie Tunisie", où tous les matériaux vidéo et les produits audiovisuels liés au projet seront publiés.

L'utilisation des médias sociaux est particulièrement utile pour atteindre les jeunes et les inclure dans la création d'un réseau plus intégré et participatif, permettant le développement d'une gestion adaptative, capable de s'intégrer à des scénarios territoriaux, économiques et sociaux en constante évolution.

Les canaux suivants ont été ouverts pour les besoins du projet PROMETEO:

- Facebook: <https://www.facebook.com/Prometeo.ItalieTunisie>
- Instagram: https://www.instagram.com/prometeo_italietunisie/
- Twitter: https://twitter.com/prometeo_ItaTun
- YouTube: Prometeo Italie Tunisie
<https://www.youtube.com/channel/UCs74JDgIbi2OeDIOUiLdvZw>



PROMETEO



Matériel Promotionnel

Le matériel promotionnel inclus dans le projet vise à fournir une présentation claire, concise et facilement compréhensible du projet, mais surtout à renforcer la connaissance du projet PROMETEO.

En outre, le matériel promotionnel vise à faciliter et à transmettre les résultats obtenus par le projet à une communauté plus large.

Dès le début des activités, on s'est efforcé de standardiser le graphisme, le style et le contenu et d'identifier des lignes directrices pour la production de tous les produits imprimés, afin que tous les différents produits, de la plus simple communication écrite aux diverses présentations préparées aux différentes étapes des activités du projet, puissent avoir une empreinte visuelle unique et cohérente sous la marque PROMETEO.

Ces outils ont pour mission de véhiculer des informations tant pour la réalisation des objectifs de communication institutionnelle que pour toute autre action de visibilité du projet et notamment lors de l'organisation des événements prévus dans le cadre de la communication du projet.

Les supports signalétiques in situ permettent de transmettre tant des messages que des visuels dans les locaux des partenaires du projet ou lors des manifestations organisées.

La stratégie de communication prévoit la préparation et la distribution du matériel promotionnel suivant des:

- ✓ Brochures du projet
 - ✓ Supports signalétiques
 - ✓ Roll up
 - ✓ Publications dans des magazines spécialisés
 - ✓ Gadgets et matériel promotionnel
-
- **Brochure du projet:** La brochure vise à fournir une présentation claire, concise et facilement compréhensible du projet ; elle sera produite en format numérique, avec la possibilité d'imprimer quelques copies papier si nécessaire. Elle présentera une partie introductive qui contiendra le titre et le logo du projet, les logos de tous les partenaires, une ou plusieurs photos significatives du projet, les logos institutionnels du programme et contiendra des informations sur le contexte européen qui a permis la réalisation du



PROMETEO



projet, une description du projet et des actions prévues, une section discursive sur la portée financière du projet et sur le rôle des partenaires et des cofinanceurs et un encadré avec tous les contacts utiles (site web, e-mail, téléphones...) pour la communication du projet.

- **Supports signalétiques** : L'action consiste en la création d'affiches, de panneaux et de plaques à poser lors d'événements publics et dans les bureaux des partenaires dans le but de présenter et de donner de la visibilité au projet. Les panneaux, sous forme de posters et de plaques, seront placés dans les bureaux des partenaires du projet et sur des sites stratégiques pendant la réalisation des événements. Ils seront placés dans des endroits très visibles à l'entrée des entreprises partenaires et dans chaque lieu, salle de classe, laboratoire, salle de réunion, utilisé pour les activités du projet. En plus de fournir une description concise et communicative du projet, les panneaux fourniront des informations sur les actions et les objectifs du projet, les questions qu'il entend aborder, ainsi que des informations sur le partenariat et les cofinanceurs.
- **Roll up**: Il s'agit d'un affichage enroulé pour assurer la visibilité du projet et optimiser les actions de communication. Au cours des activités de communication du projet PROMETEO, un total de 4 roll-up seront produits, dont deux en italien et deux en français, pour être utilisés lors d'événements publics locaux et internationaux consacrés au projet. Les roll-up seront produits à des moments différents, les deux premiers (un en italien et un en français) étant prévus pour la phase initiale de l'activité illustrant les objectifs du projet auprès du grand public, tandis que les deux autres seront produits dans la partie finale du projet et contiendront un contenu plus scientifique destiné à un public plus spécialisé, avec un résumé des principaux résultats obtenus au cours du projet.
- **Publication dans des revues spécialisées** : Afin de favoriser la diffusion et la dissémination des résultats du projet, il est prévu que les principaux résultats obtenus par PROMETEO soient publiés dans un certain nombre de revues scientifiques spécialisées dans le secteur, tant dans le domaine agricole que chimique, parmi lesquelles certainement les revues des maisons d'édition suivantes : Wiley, Springer, Elsevier, MDPI. Ces publications auront lieu au cours de la phase finale du projet, une fois que les méthodes de recherche scientifique auront été consolidées et que les principaux objectifs de l'initiative auront été atteints.



PROMETEO



- **Gadgets et matériel promotionnel** : Pendant les activités du projet, et notamment lors d'événements ouverts au public, il est prévu de distribuer du matériel promotionnel et des gadgets tels que des stylos, des casquettes, des t-shirts, des clés USB et des dossiers portant le logo d'identification du projet PROMETEO, dans le but de renforcer la marque PROMETEO et d'en faire un compagnon pendant les activités normales de travail et hors travail. Tout cela se fera évidemment dans les limites des dépenses autorisées par le budget de communication du projet, qui a subi des réductions et des coupes considérables par rapport au projet initial et qui entraînera également une limitation conséquente du matériel promotionnel initialement prévu.

Communication événementielle

La communication événementielle est un moyen stratégique pour accroître en notoriété et en visibilité. L'un des objectifs de la communication événementielle est de fidéliser, rassurer et informer les parties prenantes du projet. C'est une bonne occasion pour élargir le réseau des partenaires potentiels.

Cette activité représente aussi un instrument de communication pour la collecte systématique et approfondie des feedbacks sur les messages lancés auparavant.

La stratégie de communication du projet PROMETEO prévoit l'organisation d'un certain nombre d'événements, visant à une discussion ouverte avec un partenariat plus large pour la connaissance du projet et de ses objectifs.

L'objectif de l'action proposée est de sensibiliser et d'informer les résidents, les touristes, les institutions et toutes les parties prenantes des territoires concernés sur les objectifs du projet, son déroulement et ses résultats, la pertinence des ressources agricoles et environnementales présentes et l'importance de leur protection et de leur préservation, la possibilité d'un développement social et territorial éco-durable et la nécessité d'une synergie entre le public et le privé.

Les événements se dérouleront dans le lieu institutionnel mis à disposition par la Municipalité de Palazzolo Acreide en tant que partenaire, à l'exception de la conférence finale qui se tiendra en Tunisie ; tous les sujets impliqués à divers titres dans la mise en œuvre du projet seront invités aux événements, ainsi que ceux qui, en tant que parties prenantes, bénéficieront des actions et des résultats du projet. La présence d'au moins 40 à 50 participants par événement est attendue.

Les personnes intéressées seront contactées par le biais d'invitations, d'e-mails, de téléphone et de contacts personnels. La promotion des événements sera assurée par les





PROMETEO



partenaires, le site web, les réseaux sociaux, la newsletter, la presse et les médias locaux et régionaux.

Des supports d'information spécifiques (dépliants, brochures, invitations et affiches numériques), des guides ou des publications de diffusion spécifiques seront produits pour l'occasion.

Les événements prévus sont les suivants :

- **Réunion de lancement (KoM)**: il s'agit de la réunion initiale au cours de laquelle les objectifs du projet seront décrits et la connaissance du projet Prometheus ???? commencera à être diffusée, en présence des partenaires, des autorités de gestion du projet, de la presse et des praticiens.
- **Ateliers thématiques** : 4 réunions thématiques sont prévues, réservées aux opérateurs et à la communauté scientifique, visant à aborder les questions clés du projet et les méthodologies à utiliser pour atteindre les objectifs scientifiques, ainsi qu'à partager les progrès et les résultats du projet. En principe, les sujets choisis devraient couvrir la pathologie végétale, la biologie moléculaire, la science des matériaux, l'entomologie agricole et l'économie transfrontalière, avec un accent sur l'économie et la politique de l'UE et la coopération internationale.
- **Séminaire de clôture** : à la fin du projet, une réunion finale sera organisée où les résultats obtenus par le projet seront présentés.

Promotion dans les médias et la presse locale et régionale

Dans le cadre de la stratégie de communication du projet PROMETEO, un plan de communiqués dans la presse nationale, locale, professionnelle et sur le web est envisagé, ce qui recommande l'identification et l'implication d'un partenaire média, de préférence local, qui puisse pré-visualiser les contenus et suivre l'histoire du projet étape par étape. Les résultats doivent être soigneusement planifiés et divisés en fonction de la disponibilité des résultats pertinents du projet (disponibilité des données d'enquête, définition des méthodologies de recherche et des bonnes pratiques, formation et discussions approfondies avec les parties prenantes).

Les résultats doivent être soigneusement planifiés et divisés en fonction des mises à jour pertinentes des activités du projet.

La presse spécialisée et locale (traditionnelle et en ligne) sera invitée à toutes les initiatives de diffusion et de démonstration du projet, afin d'obtenir une présence et une visibilité





PROMETEO



maximales sur les canaux d'information. L'objectif spécifique est, en effet, de diffuser des informations sur le projet au niveau local afin d'accroître la participation, et donc le consensus, du grand public et des parties prenantes.

Les activités de diffusion et de promotion par le biais des médias radio et télévisés et des journaux locaux visent à :

- Diffuser les objectifs et les activités du projet
- Contribuer à l'implication des acteurs locaux impliqués dans le projet dans les activités territoriales
- Sensibiliser la population locale aux enjeux du projet.

L'activité implique la création et la distribution de matériel aux médias locaux et régionaux dans le but de "raconter" au grand public les événements qui seront organisés ou les "jalons" du projet, qui représentent des réalisations importantes et dont, par conséquent, une large visibilité sera donnée.

Les communiqués fourniront des informations précises sur le projet, les résultats obtenus et les répercussions sur le territoire.

De plus amples informations sur le contenu et le format des communiqués de presse sont disponibles dans le document Règlement de communication du projet Prometeo, qui constitue une partie supplémentaire de ce plan de communication.

Conception et réalisation d'une vidéo de vulgarisation du projet Prometeo

Dans la partie finale du projet, il est envisagé de produire une vidéo de diffusion, un film de 5-10 minutes résumant les principales phases du projet et les principaux résultats obtenus, dans le but de promouvoir la connaissance et l'efficacité du projet et de partager les meilleures pratiques et les méthodologies de recherche développées pendant le projet avec les acteurs socio-économiques et universitaires de la région méditerranéenne.

Le film poursuivra l'objectif de résumer les deux années de travail, de la planification à la mise en œuvre des activités de PROMETEO dans chacune de leurs étapes, et de fournir au public un compte rendu immédiatement utilisable de ce qui a été réalisé au cours de la réalisation du projet.

La vidéo représente également une occasion précieuse d'assurer la visibilité des partenaires du projet et de fournir un résumé des réunions, événements et séminaires organisés entre les partenaires et les groupes cibles et autres parties prenantes impliqués dans les activités du projet.

6.2. Mise en œuvre des activités de communication interne

La communication interne comprend la diffusion de toutes les informations entre les partenaires impliqués dans la mise en œuvre du projet par le biais d'autres activités de communication afin de communiquer de manière uniforme et homogène.

La création d'un flux de travail partagé ainsi que des moments de dialogue et de lieux de communication interne est l'un des éléments du plan de communication. Cette nécessité devient encore plus évidente si l'on considère la diversité du cœur de métier des partenaires, et donc des sensibilités, des champs d'action et du scénario opérationnel sur lesquels les partenaires exercent leurs activités spécifiques au quotidien.

D'une part, cela crée un flux considérable d'informations et, d'autre part, il existe différents besoins de communication en fonction des groupes spécifiques auxquels les partenaires doivent s'adresser.

Le premier défi à relever à cet égard est de maintenir un niveau d'efficacité et de rapidité dans la coordination de la communication et d'être constamment en phase avec ce qui est nécessaire en termes d'exigences minimales de cohérence avec la communication du Programme et avec les exigences expressément conçues pour la mise en œuvre des actions du projet cela implique un dialogue constant entre le coordinateur de la communication et les différents partenaires ainsi que la possibilité d'un échange rapide d'informations au sein du partenariat.

Pour faciliter les activités de communication interne, la stratégie du projet PROMETEO prévoit l'utilisation des outils suivants :

- **Les réunions de suivi des activités** : il est proposé d'organiser un appel à projet bimensuel où les partenaires pourront, sur la base d'un agenda partagé, gérer les activités tant en termes de gestion de projet qu'en termes d'organisation et de réalisation d'événements, d'activités et de produits. La fréquence bimestrielle peut bien sûr être modifiée en fonction des besoins spécifiques, tout comme des appels spécifiques à des petits groupes peuvent être organisés lorsque les activités s'adressent à des groupes d'interlocuteurs spécifiques, vis-à-vis desquels les participants ont des compétences/connaissances particulièrement approfondies. Il est préférable de garder la même fréquence et régularité de rencontres afin de garantir un meilleur partage des actions entreprises dans le projet et entre autres les actions de communication externe.



PROMETEO



- **Les groupes privés sur les réseaux sociaux (communautaires ou de discussion):** pour des décisions encore plus rapides sur les rendez-vous et les réunions, il peut être opportun de créer un groupe Whatsapp pour communiquer rapidement, de manière informelle et efficace. La création d'un espace d'échange s'avère très utile pour partager rapidement des contenus d'information aux partenaires mais aussi pour partager et comparer des données professionnelles et des résultats d'enquêtes.
- **Site web :** le site web du projet www.prometeo-italietunisie.eu aura une section à accès restreint qui permettra aux partenaires de mettre à jour la section des nouvelles et des événements, en mettant en évidence ceux qui sont cohérents avec les thèmes du projet, et de poster des documents et des livrables.
- **Outils collaboratifs :** ces outils gagnent en popularité chaque jour. Ils permettent un travail d'équipe plus efficace et facilitent le suivi de l'exécution des activités affectés aux partenaires à titre d'exemple on peut citer Trello ou Evernote.
- **Utilisation d'outils multilingues :** vu l'utilisation de plus d'une langue parmi les partenaires du projet PROMETEO, un outil multilingue permet d'adapter et de traduire tous les contenus et les documents dans différentes langues afin que les partenaires se sentent d'avantages intégrés dans l'exécution des activités du projet.

6.3. Fiches d'exécution des outils de communication

LOGO, IDENTITÉ VISUELLE ET CHARTE GRAPHIQUE	
Objectifs visés	<p>Donner une signification propre au projet PROMETEO à travers un logo représentatif de la thématique.</p> <p>Assurer la visibilité du projet PROMETEO.</p> <p>Le logo représente l'identité même du projet, c'est-à-dire l'image qui le représente. Il doit donc être compris par tous et facilement mémorisable, mais il doit aussi traduire des valeurs, fournir des informations sur les activités, et ainsi différencier le projet des autres projets sur le même thème.</p>
Contenu détaillé et modalités de réalisation	<p>Conception et création du Logo Prometeo.</p> <p>Déclinaison sur les différents supports papier et numérique.</p> <p>Styliser les éléments symboliques du projet, qui reprennent ensuite, à travers les couleurs, les éléments caractéristiques des agrumes (orange), des amandiers (marron) et des oliviers (vert) et, à travers le fond de liaison, rendent évidente la coopération internationale entre l'Italie et la Tunisie.</p>
Cibles	<p>Tous les destinataires des activités de communication interne et externe.</p> <p>Les partenaires du projet et les parties prenantes.</p>
Calendrier de réalisation	Au début du projet
Responsable	Responsable de la communication CERID, par appel/avis publique pour la conception graphique et la réalisation du logo et des modèles de communication (Word, PowerPoint, Fond Virtuel)
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> Mise en œuvre du logo du projet dans le plein respect des lignes directrices de communication et de visibilité du Programme IEV CT Italie-Tunisie 2014-2020. Inclusion du logo dans tous les documents et communications du projet et des partenaires.



PROMETEO



SITE INTERNET PROMETEO

Objectifs visés

Création d'un site de référence pour promouvoir le projet PROMETEO.

Fournir l'accès à une information tout en renforçant la « visibilité » sur le projet et le rôle des structures partenaires dans le projet.

Dynamiser la relation entre les partenaires du projet et les cibles prédéfinies, et favoriser la collaboration autour d'activités innovantes de création de valeur dans le domaine d'action.

Harmoniser les informations diffusées sur les sites et les bases de données annexes des partenaires.

Le site web <https://www.prometeo-italietunisie.eu> a été conçu pour être non seulement le réceptacle de toutes les informations, communications et matériels liés au projet, mais aussi pour servir d'outil de gestion du projet et assurer une plus large diffusion des activités connexes parmi les chercheurs, les citoyens, les experts, les politiciens, les autorités et toutes les personnes potentiellement intéressées.

Le site représente la carte de visite du projet, destiné à de nombreux groupes cibles différents : des acteurs directement impliqués dans l'initiative, aux entreprises agricoles, en passant par les institutions. C'est pourquoi son contenu doit pouvoir communiquer efficacement à différents niveaux et être ainsi attrayant pour un large éventail d'utilisateurs. En ce sens, le site doit être considéré comme un outil de mise en réseau autour du projet, en premier lieu entre les partenaires qui peuvent l'utiliser pour partager tant les activités réalisées que les progrès accomplis et les résultats obtenus.

Le lien vers le projet doit être présent dans tous les rapports de communication; en ce sens, il est essentiel que le site soit mis à jour ponctuellement au fur et à mesure de l'avancement du projet.

En ce qui concerne la partie textuelle, il est important de fournir des nouvelles et des informations que les destinataires du site trouvent intéressantes et il est nécessaire de le faire de manière appropriée, en utilisant un langage et des formats attrayants qui stimulent la curiosité des lecteurs. C'est pourquoi il est essentiel que le message que vous voulez faire passer soit clair, simple et précis. Un texte trop long ou mal présenté sur la page électronique sera très probablement ignoré par le lecteur. De même, les textes trop techniques et complexes ne seront pas compris et n'attireront pas l'intérêt du lecteur pour le contenu.

Le site web doit disposer d'une base de données/archive commune pour la distribution de matériel promotionnel et scientifique, disponible en format PDF (et autre) pour la durée du projet et également pour la diffusion des résultats.

Contenu détaillé et

CMS : Réalisation du site en utilisant le CMS Wordpress dans sa dernière version disponible.



PROMETEO



modalités de réalisation	<p>COMPATIBILITÉ BROWSER : compatibilité du site web avec les navigateurs web les plus utilisés, avec des fonctionnalités réactives, le contenu s'adaptant dynamiquement à la taille de l'écran couvrant au moins 4 résolutions différentes.</p> <p>INTÉGRATION DES RÉSEAUX SOCIAUX SOCIAL STREAM : Mise en œuvre du site avec intégration des principaux réseaux sociaux de l'entreprise et insertion du plug-in "social stream" pour afficher les mises à jour sociales sur la page d'accueil.</p> <p>LA CRÉATION ET LA GESTION DU CONTENU : Le contenu doit pouvoir être géré au moyen d'un backend qui permet de télécharger, supprimer et modifier le contenu de manière simple et intuitive.</p> <p>ÉVOLUTION TECHNIQUE</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Installation et configuration du CMS✓ Graphiques personnalisés✓ Cartographie des menus avec subdivision des sections✓ Création de pages de menu✓ Développement et réalisation de graphiques personnalisés✓ Réalisation de l'interface web en italien✓ Rédaction de textes optimisés pour le positionnement✓ Création de courrier✓ Galerie d'images✓ Réactif pour les mobiles✓ Site validé selon les normes internationales du W3C✓ Contrôle de la convivialité✓ Sitemap XML✓ Lien vers un réseau social✓ Contrôle d'accès, Google Analytics <p>PLUGIN DE LANGUE ITALIENNE ET FRANÇAISE</p> <p>MISE À JOUR</p>
Cibles	<p>Tous les destinataires des activités de communication interne et externe.</p> <p>Institutions et centres de recherche de la zone de coopération transfrontalière, parties prenantes, communauté scientifique, locale et internationale, population des territoires impliqués dans le projet, médias locaux, presse spécialisée.</p> <p>Au niveau national et international : sphères académiques et socio-économiques (étudiants, chercheurs, entreprises publiques et privées) relative au domaine du projet.</p>
Calendrier de réalisation	Mise à jour de l'actualité - 12 articles d'actualité sur une base mensuelle
Responsable	Responsable de la communication CERID, par appel/avis publique pour la construction du site.



PROMETEO



Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none">✓ Suivi du nombre d'accès✓ Temps moyen d'accès au site✓ Indexation du site et des événements publics sur les moteurs de recherche✓ Nombre de téléchargements✓ Google Analytics
------------------------	--



PROMETEO



NEWSLETTER - BULLETIN D'INFORMATION

Objectifs visés

Le bulletin d'information est l'outil de communication directe d'informations aux autorités, aux organisations et aux groupes cibles à des étapes spécifiques du projet.

PROMETEO a opté pour des bulletins d'information électroniques afin de limiter l'utilisation de matériel imprimé et de faciliter la manipulation. Si nécessaire, à l'occasion d'événements spécifiques ou d'informations/nouvelles particulièrement importantes, la possibilité d'en préparer un nombre limité dans une édition imprimée et de l'envoyer à un groupe de destinataires qualifiés et sélectionnés peut-être envisagée.

En suivant l'idée de l'image d'entreprise, il conviendra de créer des modèles à utiliser tant pour la partie graphique que pour la structure dans laquelle organiser les contenus.

Contenu détaillé et modalités de réalisation

- Publication en fonction de l'actualité du projet ou de la nécessité de transmettre un contenu spécifique.
- Format simple.
- Présentation attrayante.
- Simplicité de lecture.
- Rédaction et graphisme appropriés, conformément aux spécifications de l'image de l'entreprise.
- Numérotation et date.
- Longueur limitée à 1-2 pages.

La proposition de contenu pourrait être la suivante :

Ouverture/thème : Une fiche d'information sur un aspect du projet (avec lien vers la page du site où se trouve le contenu pour des informations plus approfondies).

Editorial : La voix des partenaires ou d'un expert en relation avec le sujet d'ouverture (avec lien vers la page du site web où les documents peuvent être trouvés).

Agenda : Calendrier du prochain événement (avec lien vers la page du site où l'événement est mis en évidence).

Best Practice : (si elle est pertinente pour le sujet) : en quelques lignes, un exemple de bon comportement dans le contexte des activités et des initiatives du projet (gardez cette section à la même position dans la structure graphique de la newsletter).

Contacts : placés à un endroit visible dans le pied de page.

Désabonnement : Lien permettant de se désabonner de la lettre d'information.





PROMETEO



Cibles	Tous les destinataires des activités de communication interne et externe. Il s'adresse aux bénéficiaires potentiels, aux institutions publiques et à tout acteur institutionnel non intéressé par le projet et opérant dans les territoires éligibles.
Calendrier de réalisation	Trimestriel, à partir de la deuxième année du projet.
Responsable	Responsable de la communication CERID avec la contribution de l'ANPR et des partenaires du projet et des unités de coordination qui composent l'équipe de communication.
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre de bulletins d'information envoyés et augmentation du nombre de destinataires✓ Collection de bulletins d'information✓ Nombre de bulletins d'information rédigés✓ Avis de lecture✓ Liste de diffusion✓ Nombre d'utilisateurs inscrits à la newsletter✓ Nombre de clics sur les liens dans la newsletter



PROMETEO



RÉSEAUX SOCIAUX

Objectifs visés

Les réseaux sociaux constituent le principal outil d'interaction en ligne, et donc de création spécifique :

- Compte Twitter https://twitter.com/prometeo_ItaTun,
- Page Facebook <https://www.facebook.com/Prometeo.ItalieTunisie>,
- Compte Instagram https://www.instagram.com/prometeo_italietunisie/
- Chaîne YouTube: Prometeo Italie Tunisie
<https://www.youtube.com/channel/UCs74JDgIbi2OeDIOUiLdvZw>

L'utilisation des médias sociaux est utile et avantageuse en termes de visibilité de l'initiative que l'on souhaite promouvoir et diffuser sur ces canaux, mais comme pour toutes les initiatives en ligne, il est nécessaire, dans ce cas également, que la communication soit mise en œuvre de manière appropriée, c'est-à-dire en respectant les règles d'utilisation et la netiquette du média en question. L'activation sans surveillance constante est à éviter, au risque d'aliéner le public, compte tenu également du "bruit de fond" considérable qui existe actuellement en ligne à propos de ce type d'outil.

Le processus commencera par l'exploitation des pages institutionnelles des partenaires du projet, et après la publication du site, les comptes du projet seront mis en place.

Les pages sociales seront utilisées pour y verser des extraits du contenu du site et du contenu spécifiquement créé : l'intention est d'engager les suiveurs afin de les sensibiliser aux enjeux du projet PROMETEO.

D'une manière générale, une nouvelle/événement/galerie d'images publiée sur le site se transforme en:

- Tweet avec un court lancement et un lien vers la nouvelle sur le site
- Publication sur Facebook avec un court texte de synthèse et un lien vers la nouvelle sur le site
- Publication de photos et d'histoires sur Instagram
- Publication de vidéos sur YouTube

Une attention particulière devra être accordée à la gestion de la communauté, le modérateur devra donc suivre les conversations qui sont déclenchées sur le réseau et intervenir pour donner des explications ou fournir des informations, pour répondre aux questions ou simplement pour stimuler le dialogue sur les questions de PROMETEO.

Contenu détaillé et modalités de réalisation

- ✓ Gestion des comptes sociaux
- ✓ Calendrier : 1 mise à jour par mois x la durée du projet.
- ✓ Réalisation du plan éditorial
- ✓ Suivi de la réputation 2.0
- ✓ Rédaction de textes pour le web : conception et gestion du contenu selon la ligne de communication coordonnée



PROMETEO



	<ul style="list-style-type: none">✓ Insertion de textes, de vidéos, de fiches techniques✓ Modération: rapports sur les messages et commentaires des utilisateurs✓ Croisement avec les canaux des agences de communication✓ ADS (sponsorisé) avec profilage de la cible
Cibles	<p>Tous les destinataires des activités de communication interne et externe.</p> <p>Au niveau national et international : sphères académiques et socio-économiques (étudiants, chercheurs, entreprises publiques et privées) relative au domaine du projet.</p>
Calendrier de réalisation	1 mise à jour mensuelle sur les 3 canaux sociaux.
Responsable	<p>Responsable de la communication CERID, par appel/avis publique pour l'ouverture des canaux et la gestion périodique.</p> <p>Contribution de l'ANPR et des partenaires du projet et des unités de coordination qui composent l'équipe de communication pour alimenter le contenu et pour la mise à jour régulière.</p>
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none">✓ Suivi du nombre de followers et aperçu général de la page Facebook✓ Nombre d'amis Facebook✓ Nombre de postes✓ Nombre de likes✓ Nombre de personnes touchées par les messages (reach)✓ Nombre de partages, commentaires et réactions (engagement)✓ Nombre de clics sur les articles✓ Suivi des followers des comptes Twitter.✓ Nombre de followers sur Twitter✓ Suivi du compte Instagram et des commentaires et partages de contenus✓ Suivi des commentaires et des partages sur le canal YouTube



PROMETEO



MATÉRIEL PROMOTIONNEL

Objectifs visés	<p>Le matériel promotionnel inclus dans le projet est destiné à fournir une présentation claire, concise et facilement compréhensible du projet, mais surtout à renforcer la connaissance du projet PROMETEO.</p> <p>Le matériel de promotion et d'information a pour mission de véhiculer des informations tant pour la réalisation des objectifs de communication institutionnelle que pour toute autre action de visibilité du projet et notamment lors de l'organisation des événements prévus dans le cadre de la communication du projet.</p>
Contenu détaillé et modalités de réalisation	<p>La stratégie de communication comprend la préparation et la distribution du matériel promotionnel suivant :</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Brochures de projets✓ Panneaux d'information, plaques nominatives et panneaux promotionnels✓ Roulades✓ Publications dans des revues spécialisées✓ Gadgets et matériel promotionnel
Cibles	<p>Tous les destinataires des activités de communication interne et externe.</p> <p>Partenaires du projet, utilisateurs impliqués dans la formation, autorités locales, population et acteurs locaux.</p>
Calendrier de réalisation	<p>En fonction du calendrier des événements et des contraintes budgétaires.</p>
Responsable	<p>CERID et ANPR, par appel/avis publique pour la production et la distribution de matériel promotionnel.</p>
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre de brochures produites✓ Nombre de panneaux d'information produits✓ Nombre de roll-up✓ Nombre de gadgets et de matériels promotionnels distribués



PROMETEO



ÉVÉNEMENTS

Objectifs visés	<p>La stratégie de communication du projet PROMETEO prévoit l'organisation d'un certain nombre d'événements, visant à une discussion ouverte avec un partenariat plus large pour la connaissance du projet et de ses objectifs.</p> <p>L'objectif est de sensibiliser et d'informer les résidents, les touristes, les institutions et toutes les parties prenantes des territoires concernés sur les objectifs du projet, son déroulement et ses résultats, la pertinence des ressources agricoles et environnementales présentes et l'importance de leur protection et de leur préservation, la possibilité d'un développement social et territorial éco-durable et la nécessité d'une synergie entre le public et le privé.</p>
Contenu détaillé et modalités de réalisation	<p>Les événements se dérouleront dans le lieu institutionnel mis à disposition par la Municipalité de Palazzolo Acreide en tant que partenaire, à l'exception de la conférence finale de clôture du projet, qui se tiendra en Tunisie ; tous les sujets impliqués à divers titres dans la mise en œuvre du projet ainsi que ceux qui, en tant que parties prenantes, bénéficieront des actions et des résultats du projet seront invités aux événements. La présence d'au moins 40 à 50 participants par événement est attendue.</p> <p>Les 6 événements suivants auront lieu:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ N. 1 Réunion de lancement (KoM)✓ N. 4 Ateliers thématiques✓ N. 1 Séminaire de clôture
Cibles	<p>Tous les destinataires des activités de communication interne et externe.</p> <p>Partenaires du projet, utilisateurs impliqués dans la formation, autorités locales, population et les parties prenantes locaux.</p>
Calendrier de réalisation	<p>6 événements sur une base mensuelle ou trimestrielle à mettre en œuvre en fonction de l'avancement du projet.</p> <p>Le calendrier des événements à réaliser et leurs thèmes seront proposés par le Comité Technique et approuvés par le partenariat du projet.</p>
Responsable	<p>CERID, ANPR, Université de Catania et Université de Tunis, avec la coopération de tous les partenaires du projet et des unités de coordination qui composent l'équipe de communication.</p>
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre d'événements organisés✓ Nombre de minutes✓ Nombre de participants (feuille de présence)✓ Questionnaire d'évaluation/satisfaction



PROMETEO



PROMOTION DANS LES MEDIAS ET LA PRESSE LOCALE ET REGIONALE

Objectifs visés	<p>La stratégie de communication du projet PROMETEO prévoit un plan de communiqués dans les médias nationaux et locaux, la presse spécialisée et la presse web.</p> <p>Les activités de diffusion et de promotion par le biais des médias audiovisuels et des journaux locaux visent à:</p> <ul style="list-style-type: none">- Faire connaître les objectifs et les activités du projet ;- Contribuer à impliquer les parties prenantes locales impliquées dans le projet dans les animations territoriales ;- Sensibiliser la population locale sur les thématiques du projet.
Contenu détaillé et modalités de réalisation	<p>L'activité sera réalisée par la préparation de communiqués de presse, de dossiers de presse, de revues de presse, d'insertions dans la presse, de publi-reportage et d'interviews à la radio et/ou à la télévision.</p> <p>Dresser la liste des journaux et des médias à utiliser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Bollettino d'Ateneo Università di Catania• Vivere Catania• Agrifood• Terra• Italia Fruit News• Zammù Multimedia• Radio Zammù• Georgofili• Live Catania• La Sicilia• La Sicilia web• Catania News• Gazzetta del Sud• Giornale di Sicilia• Repubblica Palermo• Quotidiano di Sicilia• Video Mediterraneo• Video Regione• Blog Sicilia• Rai Sicilia• Siracusa Oggi• Siracusa News• Teleuno Tris• Sicilia Report• WITv• La Voce dell'Isola <p>La presse tunisienne</p>



PROMETEO



TV:

- Nessma TV
- Watanya 1 et 2
- Hannibal TV
- El Hiwar El Tounsi
- Tunisie Télévision
- Al Janoubiya TV
- Tunisna TV
- Tunisia News Network
- Zitouna TV
- Telvza TV
- M Tunisia
- Attezia TV

Radio:

- Radio Tunisienne
- Radio Tunis Chaine Internationale
- Radio Jeunes
- Shems Fm
- Mosaïque Fm
- Expresse Fm
- Jawhra FM
- IFM

Presse Ecrite:

- La Presse
- Le Temps
- Le Quotidien
- L'Expert
- Le Maghreb
- Alchourouk + Dar El Anwar
- Tunis-Hebdo
- Tunivision

Presse Electronique:

- L'Économiste Maghrébin
- Kapitalis
- Businessnews
- Webmanagercenter
- Leaders
- Tunisia IT
- Espacemanager
- Africanmanager
- Plumes économique





PROMETEO



	<ul style="list-style-type: none">• Investir en Tunisie• Babnet• Arabesque• Binaa news• Avant première• Africagatenews• Réalités en ligne
Cibles	Tous les destinataires des activités de communication externe. Partenaires du projet, autorités locales et centres de recherche dans la zone de coopération transfrontalière, les parties prenantes locaux, population des territoires impliqués dans le projet.
Calendrier de réalisation	En fonction de l'avancement du projet et du budget de communication.
Responsable	CERID, ANPR et Université de Catania et Université de Tunis. Pour le contenu, tous les partenaires du projet et plus particulièrement les unités de coordination qui composent l'équipe de communication.
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre de communiqués de presse rédigés et publiés.✓ Evaluation quantitative et qualitative des retombées de presse.✓ Nombre et qualité des articles publiés concernant le projet.✓ Recherche sur Internet des communiqués de presse qui ont été auto-reproduits ou copiés/transférés vers d'autres systèmes.



PROMETEO



VIDÉO DE VULGARISATION

Objectifs visés	<p>Réalisation d'un film institutionnel récapitulant les étapes majeures du projet et les principaux résultats obtenus, dans le but de promouvoir la connaissance et l'efficacité du projet et de partager les bonnes pratiques et les méthodologies de recherche développées au cours du projet avec les acteurs socio-économiques et académiques dans la région méditerranéenne.</p> <p>Le film aura pour objectif de résumer les deux années de travail, de la planification à la réalisation des activités de PROMETEO dans chacune de leurs étapes, et de fournir au public un compte rendu immédiatement utilisable de ce qui a été réalisé au cours de la réalisation du projet.</p>
Contenu détaillé et modalités de réalisation	<p>Présentation des activités du projet</p> <p>Récapitulation des rencontres (événements) organisées entre les partenaires et/ou les rencontres des partenaires avec la population cible</p> <p>Témoignages (success stories)</p> <p>La vidéo sera réalisée par un professionnel spécialement désigné.</p>
Cibles	<p>Tous les destinataires des activités de communication interne et externe.</p> <p>Partenaires du projet, utilisateurs impliqués dans la formation, autorités locales, population et acteurs locaux.</p>
Calendrier de réalisation	<p>No. 1 vidéo dans la période finale des activités du projet.</p>
Responsable	<p>CERID, ANPR et Université de Catania et Université de Tunis, avec la coopération de tous les partenaires du projet et des unités de coordination qui composent l'équipe de communication.</p>
Modalités d'évaluation	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre de téléchargements du film à partir du site web✓ Nombre de visionnages du film✓ Nombre de copies du film distribuées



PROMETEO



7. Indicateurs de Performances :

"Ce qui peut être mesuré, peut être amélioré", Peter FERDINAND DRUCKER

La mesure des résultats est la dernière étape de la planification de la communication. L'absence d'analyse des résultats annule la validité du plan et compromet donc la planification ultérieure.

Les objectifs à poursuivre avec la mesure des résultats concernent principalement :

- La vérification de la bonne exécution du programme d'activités prévu, tant en termes qualitatifs que quantitatifs ;
- La mesure de la perception de la campagne par les publics cibles en termes de sensibilisation, de mémorisation et de compréhension des messages et informations proposés ;
- L'évaluation, tant globale qu'articulée, des résultats de l'ensemble de l'initiative.

La mise en œuvre de ce plan sera suivie, évaluée et adaptée si nécessaire. Les responsables du Groupe de travail relatif à la communication vont recueillir tous les commentaires des partenaires, collecter les données planifiées, évaluer la situation et, si nécessaire, planifier de nouveau pour surmonter les défis et améliorer les activités respectives au cours de la prochaine période.

Le projet PROMETEO prévoit une action visant à soutenir l'évaluation globale des activités de communication ; en particulier, l'action envisagée permettra d'évaluer la perception de la campagne auprès du public cible en termes de notoriété, de mémorisation et de compréhension des messages et des informations proposées. Il est prévu qu'une action d'enquête initiale et une action d'enquête finale fournissent ainsi les "photographies" du scénario auquel l'action de communication se réfère, grâce auxquelles il sera possible d'évaluer l'impact des initiatives réalisées.

L'évaluation des activités de communication du projet sera un processus continu pendant toute la durée du projet et visant les objectifs suivants :

1. Permettre au consortium du projet d'atteindre les objectifs du plan de communication en fixant des indicateurs de performance tangibles et mesurables.
2. Alerter le consortium pour affiner son Plan de communication.
3. Fournir un aperçu des performances des partenaires du projet et permettra au projet leader ainsi que le coordinateur de la communication pour procéder aux actions correctives quand c'est nécessaire.



PROMETEO



4. Ce sera un outil utile pour rendre compte de la performance du projet en activités de communication auprès de l'Autorité de Gestion.

L'impact de la campagne, et par conséquent la réalisation des objectifs indiqués dans le plan de communication du projet PROMETEO, sera donc mesuré à travers un ensemble spécifique de KPI (Key Performance Indicators), qui auront la caractéristique d'être : pertinents, mesurables, positifs ou négatifs.

De nombreux indicateurs d'évaluation ont déjà été indiqués dans les fiches individuelles des outils de communication présentés dans les pages précédentes, et seront de toute façon résumés dans le tableau de conclusion à la fin de cette section.

Outil	Indicateurs de Réalisation	Indicateurs de Résultat
Logo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mise en œuvre du logo du projet dans le plein respect des lignes directrices de communication et de visibilité du Programme IEV CT Italie-Tunisie 2014-2020. ✓ Inclusion du logo dans tous les documents et communications du projet et des partenaires. 	<p>Pourcentage de réalisation %</p> <p>Pourcentage de réalisation %</p>
Identité visuelle et charte graphique	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Création d'un modèle de papier à en-tête Word en format .docx ✓ Mises en page de modèles de présentations PowerPoint en fichier .pptx ✓ Création d'un arrière-plan virtuel pour les réunions en ligne ✓ Création d'autres modèles de communication (invitations, cartes de visite, etc.) en fichiers .pdf d'Acrobat Reader 	<p>Nombre de modèles et de templates créés XXX</p>
Site Internet	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Suivi du nombre d'accès ✓ Temps moyen d'accès au site ✓ Indexation du site et des événements publics sur les moteurs de recherche ✓ Nombre de téléchargements ✓ Google Analytics 	<p>Nombre XXX</p>
Newsletter - Bulletin d'information	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nombre de bulletins d'information envoyés et augmentation du nombre de destinataires ✓ Collection de bulletins d'information ✓ Nombre de bulletins d'information rédigés ✓ Avis de lecture ✓ Liste de diffusion 	<p>Nombre XXX</p>



PROMETEO



	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre d'utilisateurs inscrits à la newsletter✓ Nombre de clics sur les liens dans la newsletter	
Réseaux Sociaux	<ul style="list-style-type: none">✓ Suivi du nombre de followers et aperçu général de la page Facebook✓ Nombre d'amis Facebook✓ Nombre de postes✓ Nombre de likes✓ Nombre de personnes touchées par les messages (reach)✓ Nombre de partages, commentaires et réactions (engagement)✓ Nombre de clics sur les articles✓ Suivi des followers des comptes Twitter.✓ Nombre de followers sur Twitter✓ Suivi du compte Instagram et des commentaires et partages de contenus✓ Suivi des commentaires et des partages sur le canal YouTube	Nombre XXX
Matériel promotionnel	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre de brochures produites✓ Nombre de panneaux d'information produits✓ Nombre de roll-up✓ Nombre de gadgets et de matériels promotionnels distribués	Nombre XXX
Événements	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre d'événements organisés✓ Nombre de minutes✓ Nombre de participants (feuille de présence)✓ Questionnaire d'évaluation/satisfaction	Nombre XXX
Promotion dans les medias et la presse locale et regionale	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre de communiqués de presse rédigés et publiés.✓ Evaluation quantitative et qualitative des retombées de presse.✓ Nombre et qualité des articles publiés concernant le projet.✓ Recherche sur Internet des communiqués de presse qui ont été auto-reproduits ou copiés/transférés vers d'autres systèmes.	Nombre XXX
Vidéo de vulgarisation	<ul style="list-style-type: none">✓ Nombre de téléchargements du film à partir du site web✓ Nombre de visionnages du film✓ Nombre de copies du film distribuées	Nombre XXX



PROMETEO



8. Calendrier Prévisionnel d'exécution des activités

Les différentes activités de communication du projet PROMETEO ont été réparties tout au long de la vie du projet selon le calendrier d'activités présenté dans le tableau suivant.

Projet	PROMETEO	Date début activité		Oct 2021	Durée du projet en mois		24 mois	Date fin activité		Oct 2023
		Oct-Déc 2021	Jan-Mar 2022	Avr-Juin 2022	Juil-Sept 2022	Oct-Déc 2022	Jan-Mar 2023	Avr-Juin 2023	Juil-Sept 2023	Octobre 2023
Activité de rédaction du Plan de Communication de projet		■	■							
Réalisation du logo du projet PROMETEO et l'identité visuelle du projet			■	■						
Réalisation du site web internet				■	■					
Pages/profils sur les réseaux sociaux						■	■			
Animation continue du site web, newsletter et des comptes social-media						■	■	■	■	■
Organisation et gestion des journées de diffusion de l'information et des séminaires de capitalisation				■	■	■	■	■	■	■
Media+ Présence Presse + Communiqué de presse				■	■	■	■	■	■	■
Réalisation du vidéo de vulgarisation							■	■		
Mesure des résultats							■	■	■	■



PROMETEO



9. Budget Prévisionnel global

Le budget des services de communication de GT2 pour le projet Prometeo s'élève à 81 400,00 €, à utiliser pour les ressources humaines employées dans les activités de communication, pour la préparation du plan de communication, pour la gestion des événements de diffusion de la communication, pour la création et la gestion du site web du projet, et pour l'ouverture et la gestion des canaux sociaux et la publication dans des revues spécialisées.

Le partenaire responsable des activités de GT2 est le CERID, Centro di Ricerca per l'Innovazione e Diffusione della Conoscenza.

Des agences de communication externes, tant du côté italien que tunisien, spécialisées dans la gestion des activités de communication des projets transfrontaliers, seront utilisées pour une grande partie de ces services.

En ce qui concerne le budget global du projet, ce montant a été considérablement réduit par rapport au budget présenté dans la proposition de projet initiale et, si la quasi-totalité des objectifs de communication seront maintenus, il faudra un effort considérable de la part des partenaires de Prometeo pour atteindre efficacement les objectifs prévus, sans compromettre la qualité des activités réalisées.

En plus de ce budget, il sera également possible d'utiliser des parties du budget du GT3 pour l'organisation des réunions thématiques du projet et pour la diffusion des résultats des recherches réalisées dans le cadre du projet, ce qui permettra de mieux gérer la communication et la diffusion des résultats des événements

Dans le détail, la composition globale du Budget Prometeo GT2 et la répartition par activité et par partenaire du projet sont présentées dans les fiches suivantes.



PROMETEO



GT2 - COMMUNICATION							
Activité	Référent	Partenaires impliqués	Valeurs cibles activité	Date début activité	Date fin activité	Macro-activités	Budget prévu (en EUR)
2.1 Activités de communication	CERID	PP1*, PP2*, PP3*, PP4*, PP5, PP6, PP7, PP8* (*): PP participant sans budget	N° 1 Responsable de communication de projet sélectionné et contracté N° 1 Plan de communication de projet rédigé, approuvé et implémenté N° 1 Activité de gestion quotidienne de la communication de projet accomplie	Oct 2021	Oct 2023	1) Activité de rédaction du Plan de Communication de projet en plein accord avec les partenaires 2) Activité d'implémentation du Plan de Communication de projet en plein accord avec les partenaires 3) Organisation et gestion quotidienne de la communication de projet	81.400,00
2.2 Événements informatifs	CERID	PP1*, PP2*, PP3*, PP4*, PP5, PP6, PP7, PP8* (*): PP participant sans budget	N° 4 Journées de diffusion de l'information organisées N° 4 Séminaires de capitalisation organisés	Oct 2021	Oct 2023	1) Activité d'organisation et gestion des journées de diffusion de l'information 2) Organisation et gestion des séminaires de capitalisation 3) Rédaction et partage des rapports de capitalisation, à conclusion de chaque séminaire	
2.3 Divulgarion sur le web	CERID	PP1*, PP2*, PP3*, PP4*, PP5, PP6, PP7, PP8* (*): PP participant sans budget	N° 1 Site web conçu, approuvé et mis en place N° 3 Comptes social-media conçus, approuvés, mis en place et animés N° 1 Vidéo de vulgarisation des activités de projet conçu, approuvé et mis en place	Oct 2021	Oct 2023	1) Activité de sélection et affectation de service du réalisateur du site web 2) Activité de sélection et affectation de service du réalisateur des comptes social-media 3) Organisation et gestion de l'activité d'animation continue du site web et des comptes social-media 4) Activité de sélection et affectation de service du réalisateur du vidéo de vulgarisation	

Typologie	Réalisation	Description	Année	P1 UNICT	P2 UTM	P3 CTA	P4 INRAT	P5 ANPR	P6 PALAZZOLO	P7 CERID	P8 EXPERGREEN	TOTAL
Ressources humaines			A1 - A2	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 1.400,00	€ 12.500,00	€ 27.500,00	€ 0,00	€ 41.400,00
Coûts des services												
Experts externes	R.2.1	Plan de communication	A1							€ 8.000,00		€ 8.000,00
Experts externes	R.2.2	Evenements de diffusion	A1							€ 10.000,00		€ 10.000,00
Publications, études, recherche	R.2.2	Publications dans des revues spécialisées	A2							€ 10.000,00		€ 10.000,00
Actions de visibilité	R.2.3	Site web, médias sociaux, youtube	A2							€ 6.000,00		€ 6.000,00
Autre service sous-traité	R.2.2	Sous-traitance d'une agence de communication	A1					€ 6.000,00				€ 6.000,00
Total Coûts des services				€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 6.000,00	€ 0,00	€ 34.000,00	€ 0,00	€ 40.000,00
TOTAL				€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 7.400,00	€ 12.500,00	€ 61.500,00	€ 0,00	€ 81.400,00