



MARITTIMO - IT FR - MARITIME
TOSCANA - AIGUIA - SARDEGNA - CORSICA

Programme Opérationnel Italie-France « Maritime » 2007-2013

Appel à projets pour la mobilité transfrontalière des scolaires
Programme pluriennal « Au-delà de la Mer »

Bastia, 6 octobre 2011



Programma pluriennale della Francia-Italia
di Sviluppo Regionale



Programma Operativo per la Francia-Italia
di Sviluppo Regionale



*La Coopération au cœur
de la Méditerranée*



*La Cooperazione al cuore
del Mediterraneo*

Programme

- § Tour d'horizon: le PO Italie-France « Maritime » 2007-2013
- § Connaître et comprendre l'appel à projet Au-delà de la Mer
- § Comment construire une proposition de projet?
- § Comment présenter une candidature?
- § Pourquoi et comment communiquer?
- § Se préparer au démarrage des activités du projet

Pourquoi et comment communiquer?



Communiquez autour de votre projet!

CONSTAT

Peu d'Européens connaissent aujourd'hui l'implication réelle de l'Europe dans leur vie quotidienne

OR

- § Faire connaître l'Europe sert à faire prendre conscience aux citoyens que l'Europe est proche d'eux et qu'elle agit concrètement pour des projets
- § Communiquer sur l'action européenne sert à rapprocher les Européens les uns des autres



- § En tant que bénéficiaire d'un fonds structurel, le porteur de projet devient un Ambassadeur du Programme
- § Informer le public, les partenaires, et toutes les personnes touchées est une mission.

Les projets Au-delà de la Mer et l'importance de la communication

- § Projets qui ont comme principaux bénéficiaires des établissements scolaires: communiquer sur l'opportunité offerte par l'Union Européenne!
- § Projets qui ont comme cible principale les scolaires: communiquer pour favoriser la participation des élèves!
- § Projets qui visent à créer des dynamiques de mobilité et d'échanges au sein de l'espace du Programme: communiquer pour échanger!
- § Projets avec des thèmes d'actualité et d'intérêt dans le monde de l'éducation: communiquer pour sensibiliser!



La Communication est par conséquent un élément central des projets afin de garantir la diffusion des activités et le respect des objectifs

La communication de la candidature au projet financé

Dès la candidature, au sein du formulaire les partenaires doivent être en mesure de présenter leur stratégie de communication en la décrivant brièvement.

- § La stratégie de communication d'un projet contient les objectifs de celui-ci en matière de communication, les instruments mis en place pour les atteindre et la philosophie qui guide la mise en œuvre de la stratégie.

La définition du plan de communication intervient dès que le projet est approuvé.

- § Tous les projets doivent se doter d'un plan de communication pour toute la durée du projet.
- § Le plan de communication d'un projet n'est pas seulement un document c'est surtout un processus participatif qui réunit et implique tous les partenaires.

Le plan de communication

Pour réaliser un plan de communication, un projet doit suivre plusieurs étapes:

1. Concertation pour la définition des contenus

Cette étape doit permettre à tous les partenaires de participer à la création d'un plan qui représente l'ensemble des acteurs du projet: réunions entre partenaires, discussions

2. Rédaction du plan de communication

L'ensemble des éléments constitutifs du plan de communication doivent être réunis au sein d'un document: tableau, texte...

3. Suivi et évaluation du plan de communication

Au cours de sa mise en œuvre (in itinere) et à la fin du projet (ex-post) le partenariat doit évaluer les actions mises en œuvre: indicateurs...

La réalisation d'un plan de communication efficace

Afin de pouvoir communiquer efficacement il est nécessaire au préalable de poser et répondre à certaines questions clé:

- § Qui est le public visé? Qui est la cible? Liste de possibles cibles...
- § Quel message transmettre au public? Utilité des actions, opportunités...
- § Quels aspects du projet mettre en avant? Résultats, bonnes pratiques...
- § Quels instruments utiliser afin de promouvoir efficacement le projet et ses résultats? Presse, média, internet, newsletter...
- § Le message à diffuser est-il cohérent avec le public visé?
- § Les instruments sont-ils pertinents?

...

Le contenu du plan de communication

Objectif: Pourquoi communiquer? Sur quoi?

Cible: Qui est la cible? Qui impliquer?

Message: Quel contenu véhiculer?

Instrument: Quels outils de diffusion utiliser?

Calendrier: Quels sont les délais?

Budget: Quelles ressources allouer?

Evaluation: Comment vérifier si une stratégie est de succès?

Activités de communication dans le plan de travail

- § Le plan de communication du projet contient un calendrier des activités de communication et indique les partenaires en charge de leur réalisation.
La communication doit être l'affaire de tous!
- § Ces mêmes activités sont reprises dans le chronogramme des activités du projet et sont sujettes au monitoring de la part du Secrétariat Technique Conjoint.
Le plan de communication doit donc être réaliste pour pouvoir être respecté!

Eléments clé de la communication

Les bénéficiaires du Programme Opérationnel Italie-France Maritime sont libres dans la définition de leur stratégie, plan et activités de communication.

Opérant dans la cadre des Fonds Structurels de l'Union Européenne, certaines règles concernant l'information et la publicité sont à respecter:

- § Utilisation des logos et slogans
- § Transparence des opérations financées
- § Visibilité du Programme et de l'Union Européenne

Obligations en matière d'information et publicité

Ces obligations sont contenues au sein du Règlement 1828/2006 (articles 8 et 9), du manuel d'image du Programme, des manuels des projets.

Elles concernent:

- § l'obligation d'utiliser les logos/slogan du Programme, de l'Union Européenne selon des règles précises
- § l'obligation d'apposer des panneaux et des plaques informatives lorsque les opérations financées dépassent un certain montant
- § l'obligation d'apposer une étiquette sur les biens matériels achetés dans le cadre du projet
- § l'obligation de donner visibilité au programme et à l'Union Européenne au cours des activités de communication

La Cooperazione al cuore del Mediterraneo

La Cooperazione au coeur de la Méditerranée

MARITTIMO - IT FR - MARITIME
TOSCANA - LIGURIA - SARDEGNA - COSE

La Cooperazione al cuore del Mediterraneo

La Cooperazione au coeur de la Méditerranée

MARITTIMO - IT FR - MARITIME
TOSCANA - LIGURIA - SARDEGNA - COSE









La Cooperazione al cuore del Mediterraneo

La Cooperazione au coeur de la Méditerranée

MARITTIMO - IT FR - MARITIME
TOSCANA - LIGURIA - SARDEGNA - COSE

La Cooperazione al cuore del Mediterraneo

La Cooperazione au coeur de la Méditerranée

MARITTIMO - IT FR - MARITIME
TOSCANA - LIGURIA - SARDEGNA - COSE

Et pour finir, les conseils pour une communication efficace...

- § Ne pas laisser au hasard la mise en place des activités de communication
- § Utiliser les instruments offerts par le Programme Opérationnel Italie-France Maritime: site Internet, newsletter du Programme, page Facebook du Programme...
- § Diversifier les canaux de diffusion des informations: internet, presse...

Site Internet du Programme



Sur le site:

- news;
- communication;
- Faq;
- Links.

Les nombreux canaux de diffusion de l'information

