



MARITTIMO - IT FR - MARITIME

TOSCANA - LIGURIA - SARDEGNA - CORSE

*La Cooperazione al cuore
del Mediterraneo* *La Coopération au coeur
de la Méditerranée*

PLAN DE COMMUNICATION

Réalisé par



**PROMO P.A.
FONDAZIONE**
RICERCA ALTA FORMAZIONE PROGETTI

Viale Luporini 37/57 55100 Lucca
Tel. 0583 582783/583342 | Fax 0583 317352/1900211
Mail: info@promopa.it | www.promopa.it



I PERLA



Indice

1	INTRODUCTION	3
2	OBJECTIFS DU PLAN DE COMMUNICATION ET PROPAGATION	3
3	LES LIGNES DE DEVELOPPEMENT DU PLAN DE COMMUNICATION : LA STRATEGIE	4
4	DESTINATAIRES	4
5	SERVICE DE REALISATION ET DE COORDINATION DES ACTIVITE DE COMMUNICATION.....	5
5.1.	ACTIVITE DE RESEAUTAGE ET DE GESTION DES RELATIONS.....	6
5.2.	PREPARATION DE L'IMAGE D'ENTREPRISE POUR CHACUN DES DEUX PROJETS	6
5.3.	RENOUVELEMENT DES SITES WEB INSTITUTIONNELS POUR LES DEUX PROJETS ET GESTION DES CONTENUS	7
5.4.	CONCEPTION ET IMPRESSION DES BROCHURES DE PROJET ET DES BROCHURE DE PRODUIT	8
5.5.	ORGANISATION DES EVENEMENTS POUR CHACUN DES PROJETS.....	8
5.6.	SOUTIEN POUR LE DIRECTEUR DE PROJET POUR ACTIVITE DE RESEAUTAGE POUR L'EVENTEMENT FINAL DE I- NOFARACCESS ORGANISE PAR LA PROVINCE DE CAGLIARI	10
	CETTE ACTIVITE DE COMMUNICATION, COMPREND DEUX MICRO ACTIVITES RELATIVES A :	10
5.7.	REALISATION ET PRODUCTION DE GADGETS ET DE MATERIEL PROMOTIONNEL / D'INFORMATION ____	10
5.8.	REALISATION DU BULLETIN D'INFORMATION	11
5.9.	ACTIVATION DES PAGES SOCIALE SET ACTIVITE DE GESTION DE MEDIA SOCIAUX	11
5.10.	ACTIVITE DE BUREAU DE PRESSE	11
5.11.	REALISATION DU BILAN FINAL DES DEUX PROJETS	12
6	LES METHODES DE VERIFICATION ET MESURES DES RESULTATS OBTENUS	12

1 INTRODUCTION

Les projets **I-PERLA** et **I-NOFARACCESS** naissent pour développer l'accessibilité, la convivialité et la sécurité dans les zones côtières des territoires transfrontaliers des partenaires. Grâce à des investissements matériels et immatériels, l'acquisition d'équipement et la préparation de services spécifiques, nous entendons améliorer le tourisme dans son ensemble et faciliter l'accessibilité aux services de la part des personnes à mobilité réduite (PMR) et, en général, l'ensemble de la population des zones péri-urbaines et défavorisés.

Investissement en soutien des procédures à consacrer à l'organisation innovatrice des systèmes de transport plus fonctionnels et efficaces (comme par exemple le service à la demande et la réservation) pour les besoin d'un consommateur faible qui ne trouve pas de réponse appropriée dans les formes plus traditionnelles des services publics et, pour toute la durée du Projet, une activité de dissémination culturelle et d'information au sein des territoires concernés.

Les partenaires du projet **I-PERLA** sont : **la Province de Livourne (Chef de file), la Mairie de Bastia, la Région Toscane, la Province de La Spezia, l'Agence Conservatoire des Côtes de la Sardaigne, la Mairie de Bibbona.**

Les partenaires du projet **I-NOFARACCESS** sont : **la Province de Livourne (Chef de file), le Conseil Général de Corse du Sud, la Province de Lucques, la Province de Massa Carrara, la Province de la Spezia, la Province de Cagliari.**

La finalité de l'action est donc d'élaborer un **Plan de communication pour les projets I-Perla et I-Nofaraccess**, qui indiquent les stratégies et valorise les actions mises en place pour les réaliser, les matériaux produits et les résultats obtenus par eux.

Définir le plan de communication permet de **prédisposer le cadre général pour la gestion et la coordination** des communications qui seront réalisées pour promouvoir les projets.

Les principaux objectifs de la stratégie de communication sont donc **la définition du message à communiqué à travers un format graphique commun à tous les produit qui seront réalisés dans les différentes actions** liées à ces deux projets.

Le plan de Communication **garantit la coordination et la cohérence**, la subtilité et le partage des actions de promotions afin d'éclairer et de rendre visible les contenus, les phases, les aboutissements et donc de permettre aux destinataires du projet de récolter les occasions qui en découlent.

Le **plan de communication pour les projet I-Perla et I-Nofaraccess** englobe une série d'actions individuelles et de produit constitués pour informer des objectifs et des résultats intermédiaires et finaux des Projets tous les sujets qui seront impliqués dans la réalisations de l'activité, divulguer les résultats et toucher les utilisateurs des réseaux nationaux et internationaux pour accroître le consensus autour des actions entreprises à partir des deux projets originaux et faire comprendre à la population les avantages réels qui en découle en termes d'accessibilités aux zones côtières et d'amélioration pour les Transports Publics Locaux (TPL).

2 OBJECTIFS DU PLAN DE COMMUNICATION ET PROPAGATION

L'objectif principal de l'activité de communication et de propagation pour les projets I-Nofaraccess e I-Perla **est de diffuser les informations relatives aux résultats et aux produits que ces projets proposent de réaliser.** L'activité de communication vise à augmenter la prise de conscience des occasions

touristiques et des solutions aux problématiques en matière d'accessibilité et de mobilité dans les zones transfrontalières intéressées par les projets.

Le plan de communication garantira la coordination et la cohérence, la subtilité et le partage des actions de promotions afin d'éclairer et de rendre visible les contenus, les phases et les aboutissements, puisque **l'objectif principal est la communication et la propagation des activités réalisées grâce aux projets originaux et élargis à de nouveaux projets, afin de mettre d'en évidence l'importance et d'en faire comprendre l'utilité à un maximum de consommateurs.**

Le plan de Communication délimite par ailleurs les stakeholders à impliquer dans des sous catégories d'actions telles que : planification d'initiatives d'information ciblées à échelle locale, comme par exemple l'animation territoriale des Circonscriptions de Rosignano et Piombino, impliquées dans le projet I-NOFARACCESS, afin d'en présenter les bénéfices issus de la conception des Stalles pour les personnes à mobilité réduite et en inciter l'adoption et l'utilisation.

3 LES LIGNES DE DEVELOPPEMENT DU PLAN DE COMMUNICATION : LA STRATEGIE

Le principaux objectifs de la stratégie de communication sont :

- définition des stratégies de communication fondées sur l'utilisation coordonné du graphisme réalisé pour les deux projets ;
- définition de la priorité des choix des messages et du timing selon lesquels ils seront transmis
- identification des stakeholders avec des fonctions clés pour la réalisation des activités.
- définition des modalités de diffusion de l'information à travers les différents instruments et les médias, et identification des modalités à partir desquelles composer le contenu du message selon le moyen de diffusion utilisé ;
- évaluer les effets des différentes formes de communication avec la possibilité de changement en cours de développement si les résultats s'avéraient inadaptés, par exemple en estimant le degré de participation aux événements planifiés ou le nombre de personnes impliquées sur les réseaux sociaux.

Tel que requis dans les spécifications techniques, la Fondation Promo PA va gérer les actions de communication vers l'étranger, en en définissant les éléments clés, ainsi que celles vers l'intérieur, en s'occupant du réseautage et en coordonnant les différents partenaires liés au projet, selon les principes proposés par la méthodologie AA 1000SES (par exemple Tables rondes, multi-stakeholder ou groupe de discussion), ou encore les aspects de propagation des résultats obtenus au cours du projet (bulletins d'information, site web, séminaire, conférences, réunions d'information / de sensibilisation, Bilan de Projet, etc.)

Une telle activité se traduit par un **service de communication permanent fonctionnant à 360°.**

4 DESTINATAIRES

Les destinataires identifiés pour les activités de communication et de propagation appartiennent principalement à cinq micro secteurs d'intérêt : le secteur institutionnel, le secteur public spécifique des PMR, l'opinion publique, les médias, les touristes en général et les résidents dans les zones intéressées par le projet.

Les projets ont pour but d'ouvrir un dialogue et de communiquer à plusieurs niveaux et avec différentes typologies de destinataires (cible de référence), celles-ci étant redéfinies à chaque action.



Les principaux destinataires du plan de communication seront :

- l'ensemble de la communauté locale ;
- la communauté touristique en générale et saisonnière ;
- la population porteuse d'invalidités motrices, de déficiences visuelles, auditives, qu'il s'agisse des habitants des zones intéressé ou des touristes;
- Les populations ayant besoin de se déplacer de et vers des zones d'accès difficile;
- les administrateurs locaux;
- les stakeholders du territoire;
- les associations de catégorie, les organisations non gouvernementales ;
- les acteurs de l'information.

Plus précisément, **les destinataire des activités de communication du projet I-PERLA** seront : les individus résidant dans les zones côtières, les touristes, les populations fragiles et les handicapés, mais aussi les opérateurs du territoire (entreprise touristiques e autres), opérateurs du secteur transport, les administrations publiques locales et les médias.

Alors que les **destinataire des activités de communication du projet I-NOFARACCESS** seront : toutes les personnes impliquées dans le projet, c'est-à-dire les populations fragiles et les handicapés, les individus à mobilité réduite et les habitants résidant dans les zones périurbaines, mais aussi les opérateurs du territoire c'est-à-dire les opérateurs économiques, les administrations publiques locales, les entreprises opérant dans le secteur de la logistique et de la sécurité, les associations de catégorie, les entreprises qui ont des employés qui ont besoin des services TPL spécifiques, les touristes et les médias.

5 SERVICE DE REALISATION ET DE COORDINATION DES ACTIVITE DE COMMUNICATION

L'activité de communication sera articulé en plusieurs phases et modalités opératives, étudiées pour suivre la logique de l'intégration entre les différents instruments de communication.

- 1- activité de réseautage et gestion des relations
- 2- préparation de l'image d'entreprise pour les deux projets en utilisant les logos des projets préexistant.
- 3- renouvellement des sites web institutionnels pour les deux projets et gestion des contenus ;
- 4- contenus et impression des brochures des projets et des brochures de produit ;
- 5- organisation d'évènements pour chacun des projets : deux ateliers thématique ; des rencontres spécifiques sur le territoire pour le projet I-NOFARACCESS ; organisation de l'évènement final pour le projet I-Perla ; organisation de deux conférences en ligne pour la fermeture de chaque projet, organisation d'un groupe de discussion pour chaque projet.
- 6- support au responsable du projet pour l'activité de réseau lié à l'évènement final de I-Nofaraccess organisé dans la Province de Cagliari ;
- 7- réalisation et production de gadget et de matériel pour la promotion / information
- 8- réalisation d'un bulletin d'information ;



9- activation de page sociales et activité de réseau et de gestion des médias sociaux

10- activités liées au bureau de presse

11- rédaction du bilan final des deux projets.

Dans les paragraphes qui suivent seront détaillés toutes les activités de communication proposées.

5.1. Activité de réseautage et de gestion des relations

La Fondation Promo PA suivra le Chef de file et les partenaires du projet à chaque étape de la planification et de la gestion des actions de communication vers l'extérieur mais aussi vers l'intérieur. Cette première ligne d'activité fait référence au soutien du responsable de projet dans la construction et dans la consolidation des relations institutionnelles avec les personnes impliqués à différent titre dans les deux projets : skateholders locaux, partenaires des projets, associations de catégorie, association locales de promotion et de développement du territoire, entreprise opérant dans le secteur de la mobilité, des transports et du tourisme.

La Fondation assurera le rôle pilote entre les divers organismes impliqués et effectuera cette activité spécifique de soutien à travers les modalités opératives suivantes:

- coordination continue;
- organisation de rencontre qui intéresse le client;
- préparation du matériel nécessaire ;
- préparation de notes de travail et des documents;
- gestion des relations opérante entre les sujets.

5.2. Préparation de l'image d'entreprise pour chacun des deux projets

En suivant les directives contenues dans le manuel de l'image d'entreprise du PO Maritime et en utilisant les logos des projets réalisés selon les directives du partenariat, a été préparée l'image d'entreprise pour les deux projets. La ligne graphique suivra un standard graphique de référence qui sera utilisé dans tous les produits de communication et qui seront conçu sur la base de chaque logo et des couleurs choisis ensemble.

Les logos comme les lignes graphiques intégrés entre elles, sont cohérent et étudiés afin que le message proposé ne soit pas en contradiction avec les objectifs du projet que l'on entend transmettre et promouvoir.

Plus précisément, pour les deux projets, l'image d'entreprise fournit :

- papier entête ;
- modèle de présentation power point;
- dispositions des sites web;
- mises en page des bulletin d'information;
- brochure;
- totem publicitaire pour les évènements;
- invitations pour les évènements;



- gadgets.

En ce qui concerne le matériel de la communication, en plus du logo spécifiquement lié au projet, il y aura toujours : le logo du Plan Opérationnel Maritime Italie-France, le slogan du programme (dans une des deux langues ou dans les deux), le logo de l'Union Européenne, les logo des quatre régions impliquées dans le PO.

Dans certains matériels, comme par exemple les brochure de produits, les logos des partenaires de projets seront aussi présents :

- **I-NOFARACCESS:** Province de Livourne, Conseil Général de Corse du Sud, Province de Lucques, Province de Massa Carrara, Province de La Spezia, Province de Cagliari.
- **I-PERLA:** Province de Livourne, Maire de Bastia, Region Toscane, Province de la Spezia, Agence Conservatoire des Côtes de Sardaigne, Mairie de Bibbona.

Une image aussi bien coordonnée et unitaire constituera une identité facilement reconnaissable et autorisera les destinataire des actions de communication à relier facilement chaque initiative au plan global des interventions.

5.3. Renouveau des sites web institutionnels pour les deux projets et gestion des contenus

L'objectif spécifique des deux sites institutionnels sera de fournir des informations spécifiques et constamment mises à jour concernant les projets et leurs progrès.

Les sites institutionnels conserveront les domaines des sites originaux (www.progettoperla.eu et www.nofaraccess.eu) et seront également développer en langue italienne et en langue française.

La page d'accueil et les pages internes suivront graphiquement les paramètres de l'image coordonnée expliquée en détail dans le paragraphe précédent.

Sur la page d'accueil des deux sites il y aura une section introduisant le projet et ses objectifs.

Dans la page d'accueil du site, il y aura une Box Inc (box.net) contenant les dernières nouveautés et les initiatives.

Dans cette Box Inc seront d'ailleurs téléchargés les documents papiers (présentation power point produit par les intervenants aux événements et les brochures de projet et de produit), les vidéos éventuelles et le matériel photographique concernant les progrès du projet ; dans les pages internes seront illustrés les résultats du projet et les produits spécifiquement fabriqués. (Dans ce but certaines pages seront de vraies page d'ouverture web (landing page) relié à des produits biens définis comme par exemple le site réalisé pour les applications web de I-Perla et de I-Nofaraccess ou encore le site pour la gestion du service d'appel de bus dans la Province de Cagliari).

Il y aura aussi une section consacrée à la presse, une section FAQ, une page pour les contacts et une plateforme web de coopération sur laquelle les réseaux des partenaires pourront se rencontrer, coopérer, projeter de manière partagée et co-créer.

Les sites auront un lien avec les réseaux sociaux les plus fréquentés comme Facebook ou Twitter qui fourniront l'inscription et la création d'un profil (voir paragraphe 5.11), ils seront « responsive » (c'est-à-dire utilisable par tout type d'appareil) et accessibles aux handicapés sensoriels (par exemple en rendant écoutable les textes pour les malvoyants ou aveugles).

Seront enfin publié, avec une mise à jour continue des contenus, les avis et les informations concernant les événements définis dans le présent Plan de Communication.



5.4. Conception et impression des brochures de projet et des brochure de produit

A titre d'information concernant les événements et les projets, les projets graphique et les impressions de deux genres de brochure seront tous fait en bilingue. Les graphiques ont été préparés sur la base des indications contenues dans le manuel de l'image coordonnée dans le Programme Maritime Italie-France. Le matériel réalisé servira aussi à informer les gens pour que, sur le territoire, puisse être animé le débat autour des sujets abordés et pour que l'opinion publique puisse être sensibilisée par rapport aux initiatives proposés et aux résultats obtenus, en plus de faire prendre conscience aux habitant des territoires impliqués du rôle assuré par la Province de Livourne et par les autres partenaire dans le cadre du projet. Les brochures seront livrés aux personnel de l'administration publique qui participeront au projet, pour la distribution auprès des sièges et des points d'informations des divers bénéficiaires, mais aussi dans les structures utilisés pour se servir des prestations inhérentes aux projets et dans les événements publics prévus dans le Plan de Communication ci-présent, ainsi que sur les sites web des respectif projets (en version téléchargeable).

Brochure de projet: deux brochures seront réalisées pour chaque projet, en tenant compte du fait que l'objectif spécifique est de fournir une présentation claire, synthétique et facilement compréhensible des projets. Les brochures auront un format identique, mais elles se distingueront au niveau du graphisme dans la mesure où chacune d'elle suivra les lignes spécifiques de l'image coordonnée prévue pour chaque projet. 2500 brochures imprimées sont prévue pour chaque projet et le format sera : dépliant plié en 3 parties, format A5 horizontal, impression en quadrichromie.

Brochure de produit : la réalisation de deux brochures est prévue, une pour chaque projet, en tenant compte du fait que l'objectif spécifique est de fournir une présentation des « produit/service » réalisés et / ou acquis grâce aux projets. Le but de ces brochures est de partager les résultats avec la population et de les diffuser au sein des autorités locales et nationales. 2500 brochures imprimées sont prévue pour chaque projet et le format sera définit par la suite sur la base du calcul réel des produits réalisés.

Le matériels définitif sera mis au point après concertation avec le responsable du projet de la Province de Livourne et seront imprimés seulement après avoir obtenu l'imprimatur de la part du Chef de File.

5.5. Organisation des événements pour chacun des projets

Au cours de la période d'exécution des projets seront organisés des événements de divers portée qui auront pour objectif de diffuser les résultats des projets, de promouvoir les nouveaux services pour les TPL et pour le tourisme accessible et non accessible, réalisés dans le cadre des projets pour partager l'expérience, les avis et les stratégies de développement avec les institutions locales, la population et les entreprises touristiques.

Ci-dessous le détail des événements planifiés.

- 28 avril 2015 : atelier thématique pour le projet I-NOFARACCESS

L'atelier aura lieu le 28 avril, il durera 4 heures et se déroulera dans un lieu institutionnel mis à disposition par la Province de Lucques.

La réunion sera organisée selon la méthodologie OST (Open Space Technology), fondée sur l'auto-organisation et sur les dynamiques informelles.

L'objectif spécifique est de reprendre les résultats atteint dans les programmes précédents en se focalisant en particulier sur les aspects à améliorer et sur l'impact crée par ces projets (lessons learned), dans le but d'inviter à une réflexion partagée sur les points forts et les points faibles, la criticité et les



leviers du processus de mise en œuvre des nouvelles programmations I-NOFARACCESS, avec un accent spécifique mis sur les activités réalisées par le partenaire hôte.

La réalisation comportera des activités collatérales tel que : la promotion et les invitation des personnes cibles, l'organisation logistique et la construction, l'exploitation et l'animation, le cadre photo, les synthèses et les rapports.

- **28 mai 2015 : atelier thématique pour le projet I-PERLA**

L'atelier aura lieu le 28 avril, il durera 4 heures et se déroulera dans un lieu institutionnel mis à disposition par l'Agence Conservatoire des Côtes de Sardaigne.

La réunion sera organisée selon la méthodologie OST (Open Space Technology), fondée sur l'auto-organisation et sur les dynamiques informelles.

L'objectif spécifique est de reprendre les résultats atteint dans les programmes précédents en se focalisant en particulier sur les aspects à améliorer et sur l'impact crée par ces projets (lessons learned), dans le but d'inviter à une réflexion partagée sur les points forts et les points faibles, la criticité et les leviers du processus de mise en œuvre des nouvelles programmations I-NOFARACCESS, avec un accent spécifique mis sur les activité réalisées par le partenaire hôte comme l'amélioration de l'accessibilité dans la zone de conservation côtière d'Is Mortorius dans la Mairie de Quartu Sant'Elena dans la Province de Cagliari, l'accessibilité aux œuvres du patrimoine historique et architectonique côtier ou bien lié à la défense côtière (guerre mondiale, tours et nuraghi).

La réalisation sera composée d'activités collatérales tels que : la promotion et les invitations des personnes cibles, l'organisation logistique et la construction, l'exploitation et l'animation, le cadre photo, les synthèses et les rapports.

- **Deux réunions spécifiques sur le territoire pour le projet I-NOFARACCESS**

L'objectif particulier des 2 réunions (une dans la Circonscription de Piombino et l'autre dans la circonscription de Rosignano) est de créer consensus, partage et participation autour des services en cours de réalisation grâce au projet I-NOFARACCESS.

Les réunions auront pour but d'impliquer les institutions locales (par exemple les Circonscriptions qui s'occuperont de la facilité d'utilisation du service), les associations, le PRM et la population en général, pour promouvoir les avantages provenant des activités réalisés dans la Province de Livourne ayant un rapport avec le système des stalles et pour diffuser les modalités et les potentialités de leur emploi.

- **Conférence en ligne I-NOFARACCESS et conférence en ligne I-PERLA**

Dans la dernière phase des deux projets est prévu l'organisation d'une conférence en ligne thématique d'une heure pour chaque projet.

La conférence en ligne est conçue comme une initiative de formation-information et de sensibilisation à caractère plus étendu, puisqu'elle s'effectue à travers le web et qu'elle est par conséquent accessible à tous les partenaires qui peuvent y participer sans avoir la nécessité de quitter leur propre territoire. Il s'agit en fait de séminaires en lignes, qui ont pour base des plateforme spécialisées qui permettent à la fois la communication audio et vidéo en modalité synchronisé et le partage du matériel. Du point de vue organisationnel une conférence en ligne requiert : un animateur (qui s'occupe de la régie, comme le passage des micro de la vidéo), les panélistes (expert ou témoins) et les participants (qui peuvent atteindre un maximum de 500 personnes).

L'objectif spécifique de cette activité de formation-information et de sensibilisation est de présenter les résultats finaux des projets, qui étant distribués à travers le web sur les sites des projets, deviennent accessibles par tous les stakeholder sans la nécessité de laisser son propre territoire. Le point de force de

la conférence en ligne demeure dans le fait que les éléments communicationnels de simples évènements puisse être amplifié et se « prolonger » dans le temps et dans l'espace.

- **Groupe de discussion**

A la fin des activités du projet, en vue de la préparation du Bilan Final, il sera opportun d'organiser un groupe de discussion spécifique pour chaque projet afin qu'il puisse assurer la juste obtention des résultats issus du projet, des œuvres réalisées, des criticités qui ont émergés mais aussi pour créer une comparaison et discuter des éventuelles nécessités et des activités à réaliser à la lumière de la nouvelle programmation 2014-2020 du P.O Maritime. Le groupe de discussion sera soutenu par la présence d'un modérateur (choisit par Promo PA) qui conduira le groupe dans une discussion non-structurée (ou structurée légèrement), en encourageant le libre écoulement des idées.

- **Évènement final du projet I-PERLA, juin / juillet 2015**

L'évènement final sera réalisé au terme du projet (entre juin et juillet 2015) et ce sera une occasion pour traiter des sujets abordés au cours des années qui ont constituées ce projet (de PERLA à I-PERLA), discuter de la méthodologie d'intervention, illustrer les résultats obtenus dans la but de donner une continuité aux projets avec la nouvelle programmation 2014-2020.

L'évènement finale, dont les modalités organisatrices sont en phase de définition, sera une occasion pour distribuer les produits communicatifs réalisés ad hoc et les brochures.

Pour les détails nous renvoyons au Plan Opératifs.

5.6. Soutien pour le directeur de projet pour activité de réseautage pour l'évènement final de I-NOFARACCESS organisé par la province de Cagliari

Cette activité de communication, comprend deux micro activités relatives à :

- Promotion de l'évènement : insertion de nouvelles à l'intérieur des sites de projets et du site de Promo PA Fondation ; préparation de campagne de publipostage mails marketings ciblées utilisant CMR et envoi au carnet d'adresse prévu ; activité de Social Media Management ; fourniture et envoi d'invitation sur la base du carnet d'adresse pour le projet spécifique.

- Soins post événement : publication de matériel sur le site promopa.it sur la page consacrée à la conférence et sur les sites des projets.

5.7. Réalisation et production de gadgets et de matériel promotionnel / d'information

Come prévu au paragraphe 5.2, pour les principaux produits de communication, comme par exemple le kit de communication institutionnel, d'éventuels objets de merchandising, l'image sur les réseaux sociaux, la disposition des bulletins d'information, le graphisme pour les évènements de présentation publique et institutionnelle, cahiers, stylos, pochettes, totem publicitaire et d'éventuels gadgets à intégrer qui pourront être réalisés sur indication du client, un standard graphique de référence à utiliser a été établi et défini sur la base des couleurs choisies, des logos et des préceptes du manuel préparé par PO Maritime.

Le matériel à diffuser sera réalisé dans le but d'informer la population, les institutions, les touristes et les autres stakeholders des progrès du travail, à propos des services offerts.

A chaque fois qu'il sera possible, le matériel sera proposé en bilingue italien / français.



5.8. Réalisation du bulletin d'information

Deux types de communication sont prévues à travers la lettre d'information :

- insertion mensuelle d'un module consacré aux projets dans la lettre d'information de Promo PA Fondation et insertion d'une « alerte » pour les événements des projets dans la section « planning ».

Cette activité permettra d'atteindre un nombre d'utilisateurs qui s'élève à 40 000 contacts environ.

- Lettre d'information mensuelle, spécifique pour chaque projet, envoyé à partir des comptes utilisateurs du secrétariat des projets et envoyé : aux partenaires des deux projets, aux skateholders et à toutes les personnes potentiellement intéressés aux questions de mobilité, d'accessibilité et de tourisme. La lettre d'information spécifique prévoit :
- Un éditorial : article d'ouverture qui approfondit un des sujets concernant les projets. Il est rédigé par la Fondation Promo PA avec le soutien des partenaire du projet et / ou des expert de mobilité et de transport ;
- Les événements : présentation des activités en cours de projet ou des résultats des événements passés ;
- Le calendrier : liste des événements / initiatives en programme avec les information de base et envoi du site du projet.

5.9. Activation des pages sociale set activite de gestion de media sociaux

Aujourd'hui de plus en plus de gens passent leur temps sur les réseaux sociaux, aussi réussir à superviser ces instruments de communication revient à « être vu » par un nombre toujours croissant de personne.

Les réseaux sociaux sont en train d'acquérir un rôle toujours plus important dans la communication, il est donc essentiel qu'une ligne d'activité aussi spécifique et d'utilité publique tel que le sont les projets I-PERLA et I-NOFARACCESS soit transmise à travers les canaux des réseaux sociaux en rejoignant ainsi des cibles aussi vastes que diversifiés.

Comme prévu, des pages web consacrés aux projet I-Perla et I-Nofaraccess seront actives sur facebook et sur twitter, celle-ci seront constituées et gérées de sorte qu'elles puissent accroître la curiosité autour des projets et des événements planifiés ; de plus, après la fin des événements, tous les contenus intéressant et partageable qui auront émergé pendant les événements seront réutilisé.

Nécessaire sera la collaboration entre le directeur des médias sociaux (c'est-à-dire Promo PA) et les autres partenaires pour mettre en œuvre les contenus avec les activités et les nouvelles par rapport aux initiatives qui seront réalisé au cours de la phase de conception. Nous proposons par ailleurs de réaliser un événement Facebook pour la promotion des journées d'ateliers, des réunions sur les territoires des Circonscriptions de Piombino et de Rosignano et pour l'événement finale du projet I-PERLA.

Parallèlement à la création des profils facebook et twitter, sur la chaine youtube déjà existante (properla2011) seront téléchargé d'autres films concernant I-PERLA et I-NOFARACCESS.

5.10. Activité de bureau de presse

Le service du bureau de presse prévoit une activité de support au client pour toutes les activités concernant les propres relations avec les média, par rapport aux activité de projet et aux événements publics planifiés.

Les activités du bureau de presse se feront à un niveau local et national à travers des moyens d'information traditionnels « hors-ligne » – journaux et périodiques – et seront diffusé sur toutes les



plateforme web pour une communication « en ligne » en mesure de rejoindre et de stimuler l'interaction et la participation du réseau en frappant la cible de référence.

Le bureau de presse du projet sera en étroite contact avec le bureau de presse de la Province de Livourne pour concorder des notes de presse et des communications relatives aux événements planifiés et aux mises à jours des progrès des activités. Les activités seront par ailleurs coordonnées avec les activités sur le terrain à Livourne Province Développement (Livorno Provincia Sviluppo).

Les activités du bureau de presse seront :

- **Le bureau de presse hors-ligne** produira 6 communiqués de presse pour les journaux, les périodiques et les revues réservés au sujet en question, il y aura par exemple Il Tirreno, La Nazione ou d'autres journaux selon les événements planifiés.
- **Le bureau de presse en ligne** enverra des communiqués de presse aux plateformes web qui diffuseront les nouvelles, comme c'est par exemple le cas de : www.quilivorno.it, www.costaovest.info, au moment des événements prévus.
- **Les chaînes de télévision locales** – participeront aux conférences de presse pour réaliser un service avec des images et des interviews pendant les événements.

D'éventuelles activités payantes pourront être réalisées à travers la participation de Livourne Province Développement (Livorno Provincia Sviluppo) et sous réserve de ressources supplémentaire.

5.11. Réalisation du bilan final des deux projets

Le bilan final du projet racontera les objectifs du projet, les résultats obtenus, les mesures prises, développés et rassemblera tout ce qui aura été dit et fait dans les groupes de discussion du projet.

Il s'agit d'un rapport final qui n'a aucunement l'ambition de se substituer aux sorties techniques du projet (compte-rendu et évaluation) mais qui veut décrire ce qui a été réalisé dans les deux projets de manière simple, communicative et dans un format « léger » à diffusion simple.

Le document de bilan, rédigé en italien et en français, sera présenté avant la fin du projet et exposé à l'événement final du projet, aussi bien pour I-PERLA que pour I-NOFARACCESS.

- En version e-book, téléchargeable donc sur les appareils mobile (I-phone, I-pad, etc.)
- En version pdf, téléchargeable du site du projet et des différents réseaux sociaux
- En version ppt, téléchargeable à travers www.slideshare.it

Une éventuelle version imprimée sur papier sera réalisée à charge du client.

6 LES MÉTHODES DE VÉRIFICATION ET MESURES DES RÉSULTATS OBTENUS

Afin d'évaluer l'effective validité du présent Plan de Communication, la Fondation Promo PA s'occupera des activités d'ordre communicationnel et informatif en étroite collaboration avec la Province de Livourne, qui fournira les contenus, les formes et les tons de la communication.

Tout le matériel lié à la communication, les tons employés et les messages de communication seront défini avec attention et toujours partagés avec le client, plus précisément, le client (à travers le directeur du projet et son délégué) s'occupera des activités de :

- vérification et approbation des versions préliminaires du matériel lié à la communication et des gadgets et donnera « l'imprimatur ».
- vérification et approbation des versions préliminaires des communiqués de presse et des bulletins d'information.



- La vérification des engagements pris et le control de l'exécution effective des différentes parties du projet seront assurés par deux différentes activités :
 - livraison des étapes intermédiaires des travaux (Stati Avanzamento Lavori SAL) dans lesquelles il y aura le détail des activités effectués, des résultats obtenus et des sorties rendues.
 - traduction de l'activité de communication en « sortie » claire : pour facilité le compte-rendu du projet et permettre un control systématique des résultats, tout les documents produit au cours de l'activité d'assistance (rapport, documents de support, matériel de présentation des réunions, notes, projets, résultats, rencontres, etc.) seront réélabéré.

L'évaluation des effets des activités de la communication sera conçu pour mesurer les résultats quantitatifs (produits et résultats obtenus grâce aux actions) et qualitatifs des actions (changement des comportement, impact de la communication institutionnelle).

En ce qui concerne les **résultats quantitatifs**, certains indicateurs cibles pourront être utilisés :

- nombre d'évènements organisés et nombre de participants;
- Communiqué de presse et note de presse produits;
- nombre de publications de presse;
- nombre de personnes impliqués sur les réseaux sociaux;
- nombre d'utilisateurs sur les sites web;
- nombre de stakeholders;
- nombre de tables rondes activées.

En ce qui concerne les **résultats qualitatifs**, une enquête sera réalisée, celle-ci aura pour finalité de comprendre l'impact du projet en terme de sensibilisation des utilisateurs, meilleure connaissance des sujets, etc. L'enquête sera dirigée vers les personnes impliquées à différent titre dans le projet et aura pour base la distribution d'un questionnaire structuré. La Fondation Promo PA Fondation s'occupera de construire et de réaliser l'enquête qui sera transmise à travers le bulletin d'information en format imprimé sur papier au moment de l'événement final.