

C.1 STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Partner responsabile

CCI Nice Côte d'Azur

C.1 STRATEGIE DE COMMUNICATION

Partenaire responsable

CCI Nice Côte d'Azur

OBIETTIVI SPECIFICI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

- **Favorire le relazioni** con i target groups del progetto: creare relazioni forti e durature, per consentire uno scambio di conoscenze aperto e costruttivo;
- **Favorire l'ascolto**: ascoltare i gruppi target per comprenderne i bisogni e i comportamenti;
- **Favorire la conoscenza**: diffondere nei territori di riferimento le opportunità, le attività e i risultati del progetto;
- **Consentire il monitoraggio, la valutazione dei risultati** e l'individuazione degli strumenti più efficaci.

OBJECTIFS SPECIFIQUES DU PLAN DE COMMUNICATION

- **Favoriser les relations** avec les groupes cibles du projet: créer des relations solides et durables afin de permettre un échange de connaissances ouvert et constructif;
- **Encourager l'écoute**: écouter les groupes cibles pour comprendre leurs besoins et leurs comportements.
- **Promouvoir la connaissance**: répartir les opportunités, les activités et les résultats du projet sur les territoires de référence;
- **Permettre le suivi, l'évaluation des résultats** et l'identification des outils les plus efficaces

OBIETTIVI OPERATIVI

Definizione degli standard di comunicazione

È fondamentale che i partner siano sensibilizzati a veicolare l'immagine coordinata del progetto attraverso messaggi di comunicazione omogenei, seguendo una metodologia comune nello standard dei servizi e operando in maniera congiunta a supporto delle imprese, con il seguente obiettivo operativo:

Garantire che il Progetto riceva la giusta diffusione tra tutti gli interessati e i potenziali destinatari coinvolgendoli e sensibilizzandoli rispetto alle attività

OBJECTIFS OPERATION

Définition des normes de communication

Il est essentiel que les partenaires soient sensibilisés pour véhiculer l'image coordonnée du projet par le biais de messages de communication homogènes, suivant une méthodologie commune dans la norme des services et fonctionnant conjointement pour soutenir les entreprises, avec l'objectif opérationnel suivant:

Veiller à ce que le projet soit correctement diffusé auprès de toutes les parties prenantes et autres destinataires potentiels, en les impliquant et en les informant des activités .

BENEFICIARI DIRETTI

1. **Micro e PMI** appartenenti al settore del noleggio da diporto e del charter nautico localizzate nel territorio transfrontaliero, potenzialmente legate alla crescita blue e verde
2. **Liberi Professionisti, consulenti, organismi** specializzati nell'erogazione dei servizi di accompagnamento nei settori prioritari dell'economia blu e verde.

GRUPPES CIBLES

1. **TPE et PME** appartenant à la filière location de bateaux de plaisance et charters situées sur le territoire transfrontalier, potentiellement liées à la croissance bleue et verte
2. **Consultants et organismes** spécialisés dans les services d'accompagnement compétents en matière de croissance bleue et verte

BENEFICIARI INDIRETTI

Stakeholder e Media: quei soggetti che devono essere informati e coinvolti attivamente in azioni di informazione, in quanto rappresentanti di interessi più ampi e potenziali beneficiari che concorrono a elevare la qualità delle proposte progettuali espresse nell'area transfrontaliera. Tra questi soggetti rientrano:

- Autorità Portuali
- Autorità politiche, Autorità locali e regionali
- Media, Grande pubblico e professionisti
- Il grande pubblico

BENEFICIAIRES INDIRECTS

Parties prenantes et médias de la zone transfrontalière qui doivent être informés et impliqués dans les actions d'informations afin de relayer les actions menées dans le cadre de ce projet et plus largement les projets Interreg Marittimo. Ces sujets incluent:

- Autorités portuaires
- Décideurs politiques , Collectivités Territoriales
- Les médias, le grand public et professionnels
- Le grand public

MESSAGGIO GENERALE

Le azioni di comunicazione dovranno toccare sia i target group diretti che quelli indiretti, al fine di accentuare o moltiplicare il messaggio definito.

Il **messaggio** da comunicare è :

Green & Blue Route supporta le imprese del settore dello Yachting e di diporto transfrontaliera supportandole nella riduzione del loro impatto ambientale

Lo **slogan**:

SOSTENERE LE AZIENDE DELLO YACHTING E DI CHARTER NAUTICO PER RIDURRE IL LORO IMPATTO

MESSAGE GENERAL

Les actions de communication devront toucher directement tant les groupes cibles directs que les groupes cibles indirects, afin d'accentuer ou de démultiplier le message défini.

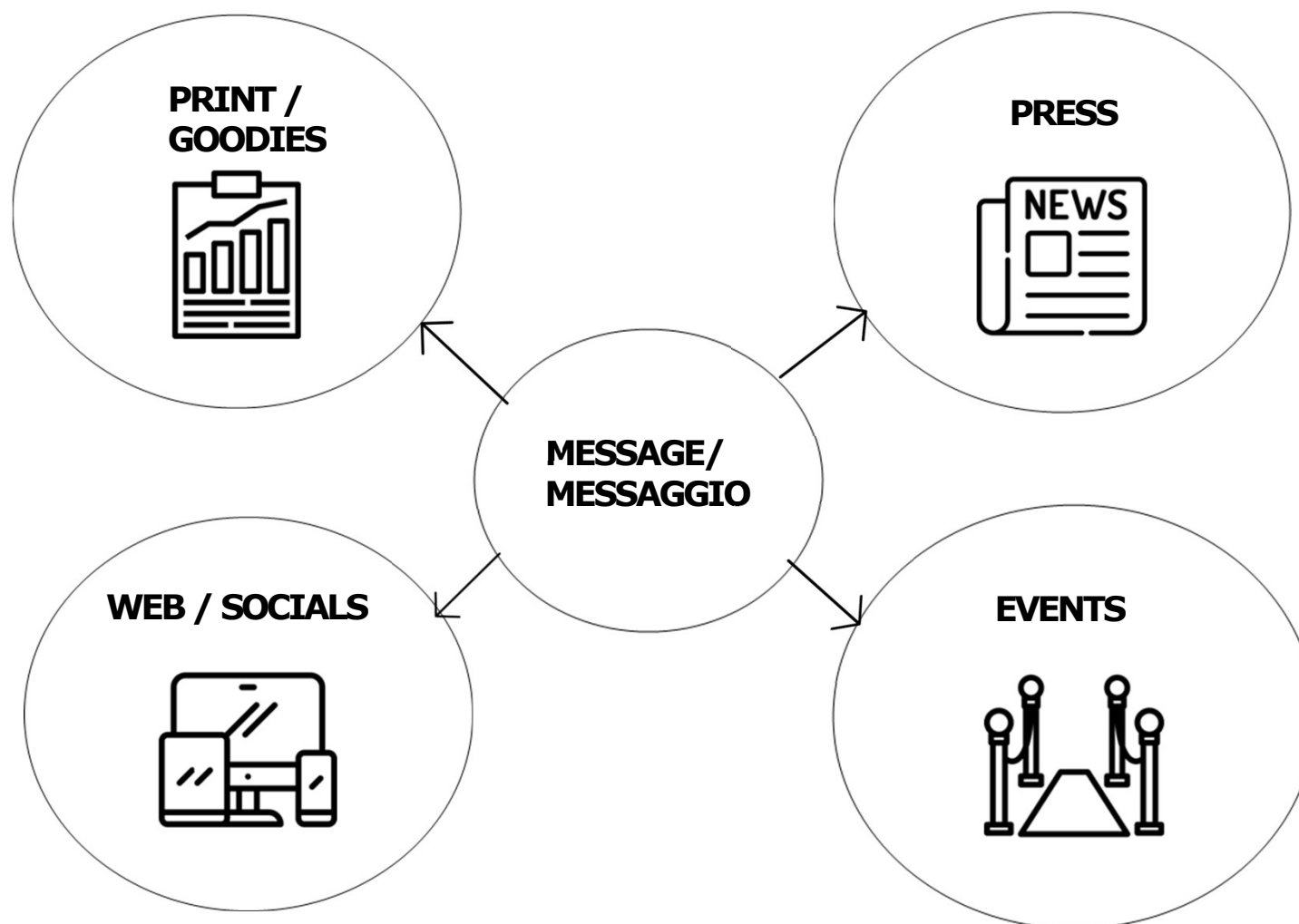
Le **message** à délivrer est:

Green & Blue Route soutient les entreprises de la filière transfrontalière Plaisance et yachting en les accompagnant vers une réduction de leur impact environnemental.

Le **slogan**

ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES DE LA PLAISANCE ET DU YACHTING POUR LA REDUCTION DE LEUR IMPACT

REALIZZAZIONE DI UN MIX DI COMUNICAZIONE PERFORMANTE MISE EN ŒUVRE D'UN MIX COMMUNICATION PERFORMANT





Interreg



UNION
EUROPÉENNE



Green & Blue Route

MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fonds européen de développement régional

PIANO DI COMUNICAZIONE PLAN DE COMMUNICATION

1 Grafica

2 Campagna Offline

3 Campagna OnLine

4 Stampa

5 Eventi

1 Graphique

2 Campagne Offline

3 Campagne Digitale

4 Presse

5 Événementiel



Interreg



UNION
EUROPÉENNE



Green & Blue Route

MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fonds européen de développement régional

1. GRAFICA

1. GRAPHIQUE

IDENTITÀ VISIVA STILE ICONOGRAFICO

È fondamentale per la definizione dell'immagine e per la fase di promozione del progetto e deve permettere di mantenere una coerenza tra i differenti mezzi di comunicazione utilizzati. Essa rappresenta la linea grafica del progetto e richiama tutte le regole grafiche di base per l'utilizzo dei differenti elementi e strumenti che costituiscono l'identità grafica di Green & Blue Route

IDENTITÉ VISUELLE STYLE ICONOGRAPHIQUE

Est indispensable pour la définition de l'image et de la promotion du projet et permet ainsi de garder une cohérence entre les différents supports de communication utilisés. Il représente la ligne graphique du projet et contient toutes les règles de base sur l'utilisation des différents éléments et outils qui constituent l'identité graphique de Green & Blue Route

**Il documento di riferimento è il [Manuale Operativo d'immagine co](#)
Le document de référence est la [Charte Graphique](#)**

IDENTITA VISIVA IL LOGO DEL PROGETTO

IDENTITE VISUELLE LE LOGO DU PROJET



Il logo del progetto Green & Blue Route deve essere sempre associato al logo Interreg secondo le proporzioni indicate sotto

Le logo du projet Green & Blue Route doit toujours être associé au logo Interreg dans le respect des proportions ci-dessous





Interreg



UNION
EUROPÉENNE



Green & Blue Route

MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fonds européen de développement régional

2. CAMPAGNA OFFLINE

2. CAMPAGNE OFFLINE

2. CAMPAGNA OFFLINE STRUMENTI PROMOZIONALI Roll-Up

Contenuti:

- Loghi Interreg e partner
- Logo del progetto
- Messaggio / Promessa

Obiettivo:

- Portare visibilità del progetto durante gli eventi

Target:

Target diretti e indiretti



2. CAMPAGNE OFFLINE OUTILS PROMOTIONNELS Roll-Up

Contenu :

- Logos Interreg et partenaires
- Logo du projet
- Accroche/Promesse

Objectif :

- Apporter une visibilité du projet lors d'évènements

Cibles :

Cibles directes et indirectes

2. CAMPAGNA OFFLINE STRUMENTI PROMOZIONALI Flyers

Contenuti:

- Loghi Interreg e partner
- Logo del progetto
- Messaggio / Promessa
- Descrizione interna del progetto
- Mappa sul retro
- Socials

Obiettivo:

-Descrivere il progetto in modo sintetico e completo per la diffusione ai gruppi target

Target:

Target diretti e indiretti

2. CAMPAGNE OFFLINE OUTILS PROMOTIONNELS Flyers

Contenu :

- Logos Interreg et partenaires
- Logo du projet
- Accroche/Promesse
- Intérieur descriptif du projet
- Carte au dos
- Renvoi vers RS

Objectif :

- Décrire le projet de manière synthétique et globale pour diffusion aux groupes cibles

Cibles :

Cibles directes et indirectes

2. CAMPAGNA OFFLINE STRUMENTI PROMOZIONALI

Lanyards, quaderni

Contenuti:

- Loghi Interreg e partner
- Logo del progetto

Obiettivo:

- Promuove la partecipazione dell'azienda al progetto

Target:

Aziende che partecipano a event



2. CAMPAGNE OFFLINE OUTILS PROMOTIONNELS

Lanyars , carnets

Contenu :

- Logos Interreg et partenaires
- Logo du projet

Objectif :

- Promouvoir à travers ces goodies la participation de l'entreprise au projet

Cibles :

Entreprises participants aux évènements

3. CAMPAGNA ON LINE

3. CAMPAGNE DIGITALE



2. CAMPAGNA ON LINE Facebook

Utilizzo della pagina Facebook

<https://m.facebook.com/interreg.maritime/>

Vantaggio:

- Sfruttare la notorietà di questa pagina creando post e condividendo articoli

Obiettivo :

- Avere visibilità per il nostro progetto

Obiettivi:

- Target diretti e indiretti

2. CAMPAGNE ON LINE Facebook

Utilisation de la page Facebook

<https://m.facebook.com/interreg.maritime/>

Avantage :

- Capitaliser sur la notoriété de cette page en créant des posts et en partageant des articles

Objectif :

- Gagner en visibilité pour notre projet

Cibles :

- Cibles directes et indirectes



2. CAMPAGNA ON LINE Twitter

Comunicazione su account Twitter esistenti

Vantaggio:

- Pubblico professionale e pubblico
- Post breve
- Utilizzando l'Hastag #Green&BlueRoute

- Obiettivo :
- Ottenere visibilità per il nostro progetto
- Condivisione di idee

- Obiettivi:
- Obiettivi diretti

2. CAMPAGNE ON LINE Twitter

Communication sur les comptes Twitter existants

Avantage :

- Audience professionnels et publics
- Post court
- Utilisation du Hastag #Green&BlueRoute

- Objectif :
- Gagner en visibilité pour notre projet
- Partage d'idées

- Cibles :
- Cibles directes

SITO INTERNET SITE INTERNET

<http://interreg-maritime.eu/web/g-b-route/projet>

Contenuti:

- Presentazione del progetto
- Presentazione dei partner
- Realizzazioni
- Eventi
- News
- Contatto

Obiettivo:

- Sito vetrina del progetto

Target:

- Target diretti e indiretti

Contenu :

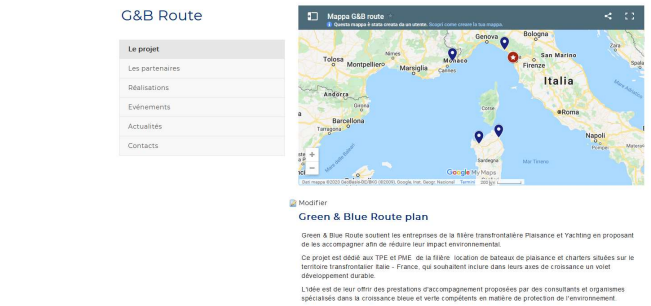
- Présentation du projet
- Présentation des partenaires
- Réalisations
- Evènement
- Actualités
- Contact

Objectif:

- Site vitrine du projet

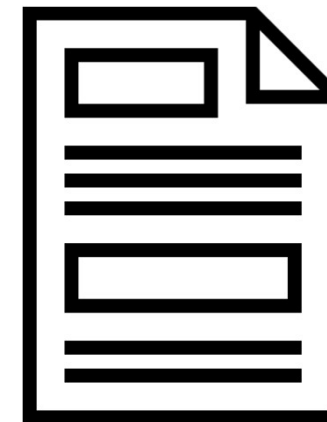
Cibles :

- Cibles directes et indirectes



4. STAMPA

4. PRESSE



Comunicati stampa e cartelle stampa

Communiqués de presse et dossiers de presse

Obiettivi:

Presentare il progetto in modo sintetico e chiaro per una buona comprensione da parte della stampa per una buona comunicazione.

Diffusione:

Stampa locale, nazionale e internazionale

Objectifs :

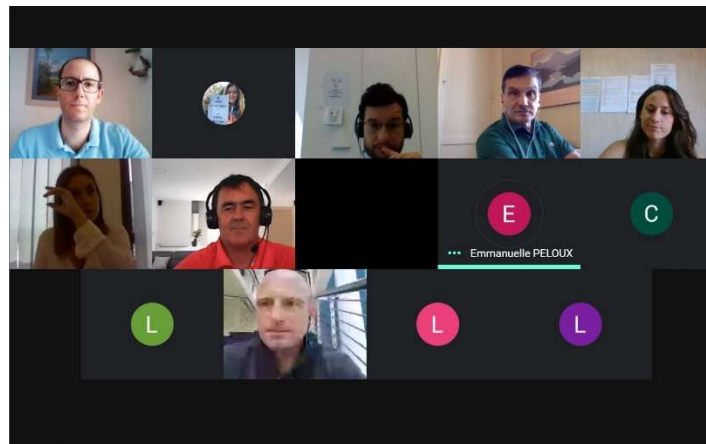
Présenter de manière synthétique et claire le projet pour une bonne compréhension par la presse pour une bonne communication.

Diffusion:

Presse locale, nationale et internationale

5. EVENTI

4. EVENEMENTIEL



EVENTI EVENEMENTS

Eventi regionali e transfrontalieri

- Riunione del gruppo di lavoro

Obiettivo :
promuovere le azioni del progetto

Illustra con foto e video
social network / stampa

Obiettivi:
- Gruppi target

- Evènements régionaux et
transfrontaliers

- Réunion groupe de travail

Objectif :
promouvoir les actions du projet

Illustrer par des photos et vidéos sur les
réseaux sociaux / presse

Cibles:
- Groupes cibles

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE interno & esterno

INSTRUMENTS DE COMMUNICATION internes & externes

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE INTERNO

- Google drive / Teams : consente il lavoro condiviso in modo collaborativo
- Mail
- Videocoferenze (Teams, Zoom etc)
- Telefonate
- Riunioni
- Sistemi di file sharing (Transfer now etc)

OUTILS DE COMMUNICATION INTERNE

- Google Drive / Teams : permet un travail partagé en mode collaboratif
- Mail
- Vidéoconférences (Teams, etc.)
- Telephone
- Reunions
- Systèmes de partage de fichiers (Transfer now, etc.)

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ESTERNA

- Identità Visiva
- Volantini /Roll up / Goodies
- Mini sito
- Social Network
- Mail
- Videoconferenze (skype, etc.)
- Comunicati stampa
- Eventi

OUTILS DE COMMUNICATION EXTERNE

- Identité visuelle
- Flyer/Roll up/ Goodies
- Mini site
- Réseaux sociaux
- Mail
- Vidéoconférences
- Communiqués de presse
- Evènements

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

SUIVI ET EVALUATION

TIPO DI ATTIVITA	INDICATORI DI PERFORMANCE	UNITA	INDICATORI DI RISULTATO	MISURA
Web/ Socials	Pubblicazione / Attività progetto	n.attività	Traffico	N. visitatori unici
Stampa	Comunicati stampa, articoli	N comunicati stampa	Copertura mediatica	N.di articoli stampa locale e internazionale
Prodotti editoriali	Materiale prodotto	Tipologie prodotti editoriali	Diffusione materiale	Copie di materiale distribuito
Eventi	Incontri, eventi	N. eventi	Partecipazione	N di partecipanti

Una valutazione in itinere e una a conclusione saranno avviate per capire se le attività e gli strumenti messi in campo stanno ottenendo i risultati attesi.

I

Une évaluation continue et une évaluation finale seront lancées pour comprendre si les activités et les outils mis en place donnent les résultats escomptés

TYPE D'ACTIVITE	INDICATEUR DE PERFORMANCE	UNITE	INDICATEURS DE RESULTAT	MESURE
Web/ réseaux sociaux	Publications des activités du projet	n.activité	Trafic / abonnés	N. visiteurs uniques/mois et abonnés
Presse	Communiqués de presse, articles	Nombre de communiqués de presse	Couverture médiatique	Nombre artcles presse locale et internationale
Flyers	Matériel produit	Nombre de documents édités	Diffusion du matériel	Nombre de matériel diffusé
Evènements	Evènements, réunions	N. évènements	Taux de participation	Nombre de participant

Grazie per l'attenzione

Merci pour votre attention