



C.1.1 PLAN DE COMMUNICATION DU PROJET

C.1.1 PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO

Réalisé par : Collectivité de Corse

Realizzato da : Collectivité de Corse



1. Introduction

Le projet GRITACCESS est le fruit d'une collaboration de quatorze partenaires issus de cinq régions de l'espace transfrontalier (PACA, Ligurie ; Toscane, Sardaigne, Corse).

Ce programme signifie GRand Itinéraire Tyrrhénien ACCESSible ; il a pour but de mettre en place des itinéraires ou des parcours patrimoniaux et culturels dans chaque région.

L'enjeu principal est d'arriver à mettre en place une politique touristique en rendant plus accessible le patrimoine culture qui amènera à terme à une valorisation économique des territoires.

Pour cela, il y a trois objectifs à atteindre :

- L'organisation d'un modèle de gouvernance pour arriver à un accord entre les régions
- Diffusion et transfert des connaissances pour développer les actions publiques
- L'augmentation du nombre d'itinéraires développés sur les partenaires pour formuler une offre pour un tourisme culturel et durable.

Le plan de communication va nous permettre de définir un plan d'action en mettant en place une stratégie.

Dans celui-ci, on retrouvera les actions prévues, les outils d'application de chacun. Un plan de communication permet également de s'assurer d'atteindre les objectifs. Cela est d'autant plus important lorsqu'il y a de nombreux acteurs comme cela est le cas dans le projet GRITACCESS (quatorze partenaires).

Le projet est destiné à tous les publics mais plus particulièrement aux acteurs du secteur du patrimoine culturel, institutionnels ou privés, aux professionnels du tourisme, aux personnes porteuses d'handicap, et au public scolaire.

Il est à noter que ce plan de communication est propre au projet et ne se substitue pas aux plans de promotion online/offline du GIT qui seront produits par l'ATC et relatifs aux itinéraires du GIT.

2. Rôles des parties prenantes

a) Responsable de la communication Collectivité de Corse :

La Collectivité de Corse est cheffe de file sur ce projet, et par conséquent responsable de la communication mise en place en relation avec la direction de la communication institutionnelle.

Il a été produit, avec le prestataire Event'com, la charte graphique du projet et le matériel promotionnel :

- 500 stylos
- 250 clés USB
- 1 500 livrets (4 pages) format A5
- 400 tote bag
- 1 000 pochettes presse
- 400 blocs-notes format A5
- 1 000 marques page
- 1 kakemono

La charte graphique permet d'élaborer les principales lignes de conduites que les partenaires doivent adopter dans leur communication du projet, notamment les exigences et les libertés possibles. Cela permet également de réaliser les modèles destinés aux différentes documentations à utiliser (Power Point, Word ...).

La Collectivité de Corse a également pour rôle de créer et gérer la vitrine web du projet sur le site internet du programme et éventuellement les comptes GRITACCESS sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook notamment).

Elle a également pour mission de contrôler et valider les comptes-rendus des événements du projet (hors ceux dédiés aux sessions de sensibilisation de la composante T2). Elle contrôlera et validera les rapports de publications des différents partenaires.

Enfin, elle aura pour tâche de réaliser l'évènement de lancement et l'évènement final du projet.

b) Les partenaires

Une bonne coordination est nécessaire entre le responsable de la communication (Direction du Patrimoine de la Collectivité de Corse en lien avec sa Direction de la communication) et les partenaires, dans l'intérêt de la réussite du projet et afin de répondre aux orientations fixées par l'Autorité de Gestion en termes de communication.

Les partenaires devront respecter scrupuleusement les règles établies au sein de ce plan de communication ainsi que celles établies dans la charte graphique du projet. La promotion liée aux itinéraires du Grand Itinéraire Tyrrhénien devra quant à elle se référer aux règles qui seront établies dans le plan de promotion online et digital à la charge de l'Agence du Tourisme de la Corse conventionnée par la Collectivité de Corse.

Les partenaires devront obligatoirement impliquer les groupes cibles du projet lors de leurs travaux de communication, en adaptant les canaux et procédés aux différents types de groupes cibles.

Ils devront également organiser des événements de diffusion des résultats du projet sur leur territoire. Un premier événement à mi-projet est prévu en Juin 2019 en Ligurie (organisé par la Région Ligurie) et un autre lors du second semestre 2020 en Sardaigne (organisé par la Région Sardaigne – EELL). Si à l'inverse des événements ne sont pas initialement prévus (hors sessions de sensibilisation et hors événement à mi-projet), ils devront être notifiés et autorisés par le responsable de la communication.

Ils auront l'obligation d'effectuer des publications avant (pour annoncer) et après chaque événement (pour rendre compte), sessions de sensibilisations incluses mais également à chaque demande du responsable de la communication sur une diffusion particulière qui serait nécessaire. Il est conseillé de réaliser ces rédactions en français et en italien.

En plus de ces publications, ils devront effectuer des comptes rendus en deux langues au responsable de la communication avec au minimum une description de l'événement (lieu, date, groupe(s) cible(s)), des photos ainsi qu'une feuille de présence ou une attestation de mobilisation indiquant le nombre de personnes présentes. Il est à noter que si ces événements concernent des sessions de sensibilisation, le compte-rendu devra être communiqué à la Région Ligurie.

Enfin ils devront, à la demande du responsable de la communication, effectuer une publication par période de 6 mois (en Novembre 2019, Mai 2020 et Novembre 2020) sur leurs canaux de communication (principalement réseaux sociaux et site web). Cela afin d'informer sur l'avancement global du projet à leur territoire. Il est également possible de déléguer cette tâche aux partenaires conventionnés. Cette communication sera écrite par le responsable de la communication ou laissée libre à chaque partenaire.

3. Kit d'identification

Présentation des éléments de communication en respect avec la charte graphique du projet que les partenaires devront impérativement se doter (ces éléments ont été envoyés à tous les partenaires) :

- ⇒ **La présentation PPT type (page titre + page texte) pour les présentations orales.**
- ⇒ **Le modèle Word (page titre + page texte) pour les communications papiers.**
- ⇒ **La ou les bannières spécifiques pour les réseaux sociaux/site internet**
- ⇒ **Le roll-up du projet**
- ⇒ **La brochure du projet**

Concernant le roll-up et la brochure du projet, les partenaires auront la possibilité de modifier les images d'arrière-plan, le logo de leur institution et leurs informations de contact. Toutes autres modifications iraient à l'encontre la charte graphique du projet

4. Chronogramme des réalisations

		2018		2019												2020												2021							
		11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6		
C	Événement de lancement / Evento di lancio																																		
	Événements à mi-projet en Ligurie/ Eventi a metà progetto in Liguria																																		
	Événements à mi-projet en Sardaigne/ Eventi a metà progetto in Sardegna																																		
	Publications semestrielles / Pubblicazioni semestrali																																		
	Matériel promotionnel / Materiale promozionale																																		

5. Précisions complémentaires

a) Pour les publications

Sur site internet et réseaux sociaux des partenaires : Elles devront respecter la charte graphique et notamment le logo Interreg+Projet, le bandeau, la police de caractère et les couleurs.

Sur support papier des partenaires :

- ⇒ Les informations apportées doivent être différentes ou complémentaires à celles spécifiées sur la brochure du projet. Autrement il conviendra d'utiliser la brochure du projet.
- ⇒ Elles devront respecter le modèle Word du kit de communication. Pour d'autres formats non compatibles, elles devront inclure à minima le logo Interreg+Projet, la police de caractère et les couleurs de la charte graphique du projet.

Sur canaux externes aux partenaires (non responsables directs) :

- ⇒ Le nécessaire sera fait pour que les principales informations du projet soient transmises pour y être mentionnées (Nom et mention du Programme, cofinancement européen FEDER, objectifs du projet et partenariat transfrontalier).
- ⇒ Le nécessaire sera fait pour que les images prises et/ou transmises en vue d'être publiées fassent apparaître à minima le logo Interreg+Projet (Roll-up en arrière-plan par exemple).

b) Matériels promotionnels

Les partenaires pourront produire du matériel promotionnel. Si ceux-ci sont différents des exemples mentionnés dans la charte graphique du projet, ils devront scrupuleusement la respecter et leur production autorisée par le responsable de la communication.

c) Evénements

Les partenaires organisateurs utiliseront à minima le kit d'identification du projet mentionné au point 3 lors de leurs événements.