



Cofinancé par  
l'Union européenne

Erasmus+

Enrichit les vies, ouvre les esprits.

2024-2025

***Diversité  
et Inclusion  
dans l'Education  
Non Formelle***



**DIVINEF**



STANDOUT EDU





## Table des matières

|                                                                         |           |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Introduction .....</b>                                               | <b>3</b>  |
| <b>1. Contexte, objectifs et besoins du projet DIVINEF .....</b>        | <b>4</b>  |
| <b>2. Les groupes cibles du projet DIVINEF .....</b>                    | <b>5</b>  |
| <b>3. La diffusion l'exploitation du projet DIVINEF .....</b>           | <b>6</b>  |
| 3.1. Éléments conceptuels .....                                         | 6         |
| 3.2 Obligations légales relatives à l'identité et à la visibilité ..... | 10        |
| 3.3 Outils de diffusion .....                                           | 11        |
| 4. Le suivi de la communication .....                                   | 17        |
| 5. L'exploitation du projet DIVINEF .....                               | 18        |
| <b>6. L'évaluation de la communication.....</b>                         | <b>19</b> |
| 6.1 Evaluation quantitative de la communication .....                   | 20        |
| 6.2 Evaluation qualitative de la communication.....                     | 22        |





## Introduction

Ce document présente le plan de diffusion du projet DIVINEF. Il décrit la stratégie et les outils prévus pour assurer une bonne promotion des résultats du projet. En outre, il identifie les groupes cibles du projet et explique comment les atteindre. La stratégie de diffusion fournit des informations et des suggestions pour obtenir les meilleurs résultats en matière d'information et de promotion, en tenant compte à la fois du consortium et des activités individuelles des partenaires.

3/24

Le projet et ses résultats ne peuvent être couronnés de succès que s'ils ont une valeur durable. C'est pourquoi il est nécessaire de travailler en étroite collaboration avec l'ensemble du consortium et le coordinateur afin de garantir les meilleurs résultats pour l'évaluation du projet.

La stratégie de diffusion et d'exploitation du projet DIVINEF suit les lignes directrices générales de diffusion décrites dans le guide du programme Erasmus+ et les données fournies dans la proposition de projet.

La stratégie a été élaborée avec le soutien de tous les partenaires du projet. Tous les partenaires seront impliqués dans les activités de diffusion.

Ce plan peut être adapté et ajusté par chaque partenaire en fonction de ses besoins.

Nous concluons cette introduction en vous rappelant que l'inclusion est au cœur des programmes de l'Union européenne, en particulier la communication inclusive. Celle-ci vise à traiter tout le monde avec respect. C'est pourquoi ce plan de communication a été rédigé de manière à être accessible aux personnes souffrant de déficiences visuelles.

Il est conforme à la norme européenne EN 301 549 sur l'accessibilité numérique. Cette norme spécifie les exigences pour que les technologies de l'information et de la communication soient accessibles aux personnes en situation de handicap. En outre, le choix et la taille de la police de caractère, ainsi que celle des interlignes respecte cette réglementation.





## 1. Contexte, objectifs et besoins du projet DIVINEF

Ce projet est un MOOC pour faciliter l'inclusion des personnes en situation de handicap, des NEETs et des migrants dans les activités relevant de l'éducation non-formelle.

Il s'agit de soutenir les encadrants (bénévoles et professionnels) dans la mise en place d'une démarche inclusive dans leurs activités.

4/24

En outre nos principaux objectifs sont les suivants :

- Aider les professionnels dans la mise en place de l'inclusion et de la diversité au sein de leurs activités.
- Les former aux fondamentaux à connaître pour réussir l'inclusion.
- Leur permettre de comprendre les caractéristiques et les besoins des trois profils de publics (personne en situation de handicap, NEETS, migrants et réfugiés).
- Les sensibiliser au processus pédagogique à mettre en œuvre dans leurs activités.
- Les outiller dans la mise en place de ce processus.

Les résultats attendus :

- Une meilleure connaissance des publics traités (caractéristiques, besoins....).
- Une meilleure compréhension de la notion d'inclusion et de sa mise en œuvre pratique dans les activités.
- Une capacité à réfléchir et à mettre en œuvre une démarche inclusive dans les activités.
- Une utilisation facile des outils et des méthodes proposées.



## 2. Les groupes cibles du projet DIVINEF

Nos communications s'adressent à différents publics :

**1. Les professionnels de l'éducation et de l'animation** : nous visons à les informer de nos activités et de la manière dont ils peuvent y participer.

**2. Les partenaires directement et indirectement impliqués dans le projet** : notre objectif est de les tenir informés de l'avancement du projet, de ses activités et de ses réalisations, et de les inviter à participer à nos événements.

5/24

**3. Les élus, les décideurs et les institutions** : nous visons à les informer sur le projet, ses activités en cours et à venir, ainsi que sur les résultats obtenus. En outre, nous cherchons à les impliquer dans nos événements et à obtenir leur soutien.

**4. Le grand public** : notre objectif est d'informer le public sur le projet, ses activités et ses résultats, et de l'inviter à participer à nos événements.

La diffusion des résultats du projet auprès du grand public permet de sensibiliser la population, d'impliquer la presse et, éventuellement, les représentants élus.

**5. Les médias (radio, presse, TV)** : nous fournirons un dossier de presse détaillant le projet et ses prochains temps forts, en vue d'une exposition médiatique par le biais d'articles, d'interviews ou de reportages.

**6. Agences Erasmus+** : nous prévoyons de soumettre des articles aux agences françaises et roumaines pour publication dans leurs bulletins d'information et leurs blogs. Nous les tiendrons informées de nos activités et de nos résultats aux étapes clés du projet.



### 3. La diffusion l'exploitation du projet DIVINEF

Comme indiqué précédemment, la stratégie de diffusion et d'exploitation du projet DIVINEF suit les recommandations du programme Erasmus+ et les propositions inscrites dans le formulaire de candidature.

Le plan de diffusion peut être adapté et ajusté par chaque partenaire en fonction des besoins.

6/24

#### 3.1. Éléments conceptuels

Dans le cadre du programme Erasmus+, la diffusion consiste à communiquer sur le projet le plus largement possible. Faire connaître le projet à d'autres personnes pourra avoir un impact sur d'autres organisations et contribuera à rendre visible et à valoriser nos structures.

En outre, l'exploitation consiste à maximiser le potentiel des activités financées afin que les résultats soient utilisés au-delà de la durée de vie du projet.

Les résultats doivent être élaborés de manière à pouvoir être adaptés aux besoins d'autres personnes, transférés à de nouveaux domaines et maintenus après la fin de la période de financement.

La diffusion fait partie intégrante du projet tout au long de sa durée de vie. Elle se déroule parallèlement au programme de travail et est spécifiquement adaptée aux principales activités de chaque étape. La diffusion commence dès le début du projet afin d'informer de son existence, de ses buts et objectifs et de ses développements prévus. Elle se concentre sur les activités aux niveaux local, régional, national et international.

Le document de stratégie de diffusion et d'exploitation est un document ouvert qui doit être mis à jour tout au long de la durée du projet.



La stratégie et les actions sont discutées lors de la réunion de lancement et les mises à jour éventuelles sont partagées lors des réunions suivantes. La diffusion des expériences et des résultats est utilisée pour élargir le débat sur les questions liées au projet. Elle permet que les résultats soient exploitables pendant et après le projet.

Les activités de diffusion sont planifiées de manière à permettre une participation maximale des parties prenantes avec une portée aussi large que possible dans l'UE et au-delà. Afin d'atteindre le plus grand nombre de personnes possible, le matériel de communication et les résultats du projet seront créés en anglais, puis traduits dans toutes les langues du consortium.

7/24

Les questions les plus importantes auxquelles la stratégie de diffusion doit répondre sont les suivantes :

1. Pourquoi diffuser ?
2. Comment cela se fera-t-il ?
3. Comment sera-t-il évalué ?
4. Que diffuser ?
5. Quand cela sera-t-il fait ?

Les principales activités de diffusion peuvent être structurées comme suit :

- Activités en face à face

Présentations (réunions bilatérales avec les parties prenantes)

Tables rondes

Ateliers

Séminaires

Conférences, événements à effet multiplicateur





- Activités basées sur les médias

Basé sur l'Internet

Site web

Bulletins d'information électroniques

Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)

Plateformes de diffusion (européennes et nationales)

- Sur papier

Brochures

Dépliants

Affiches

Articles

Bulletins d'information

Fiche informative

- Basé sur la presse

Communiqués de presse

Conférences de presse

Interviews

Bulletins d'information

L'exploitation est le processus de transfert des résultats des programmes et des initiatives aux décideurs appropriés dans les systèmes locaux, régionaux, nationaux ou européens réglementés.

Il s'agit également d'un processus visant à convaincre les utilisateurs finaux d'adopter et/ou d'appliquer les résultats.

Pour le projet, cela signifie maximiser le potentiel des activités financées, afin que les résultats soient utilisés au-delà de la durée de vie du projet.





Les résultats doivent être élaborés de manière à pouvoir être adaptés aux besoins d'autres personnes, transférés à de nouveaux domaines, maintenus après la fin de la période de financement et utilisés pour influencer les politiques et les pratiques futures.

L'exploitation se déroule en trois phases différentes, mais liées entre elles :

### **AVANT le début du projet :**

- Rédaction du plan de diffusion et d'exploitation.
- Définition des impacts et des résultats attendus.
- Examen de la manière dont les résultats de la diffusion et de l'exploitation seront diffusés et à qui ils le seront.

9/24

### **PENDANT le projet :**

- prise de contact auprès des médias concernés, par exemple au niveau local ou régional.
- Mise en place d'activités régulières telles que des sessions d'information, des formations, des démonstrations, des évaluations par les pairs.
- Évaluation de l'impact sur les groupes cibles.
- Implication d'autres parties prenantes en vue de transférer les résultats aux utilisateurs finaux, à de nouveaux domaines et à de nouvelles politiques.
- Rédaction d'articles présentant les résultats et diffusés sur le site web du projet, les réseaux sociaux et tout autre espace pertinent.

### **Au stade du rapport final :**

- Téléchargement des résultats finaux du projet et mise à jour de la description du projet sur la plateforme des résultats de projets Erasmus+.



## APRÈS le projet :

- Poursuite la diffusion.
- Développement des idées pour une coopération future.
- Évaluation des résultats et de l'impact.
- Contact avec les médias concernés.
- Contact auprès des décideurs politiques, le cas échéant.
- Coopération avec la Commission européenne en apportant des contributions utiles à ses efforts de diffusion et d'exploitation.

10

### 3.2 Obligations légales relatives à l'identité et à la visibilité

Les bénéficiaires d'un financement Erasmus+ sont tenus de mentionner clairement le soutien apporté par l'Union européenne dans tous les produits et activités de communication et de diffusion, y compris les événements, les sites web, le matériel visuel et les publications, en affichant les logos appropriés (par exemple, le logo de l'UE, le logo Erasmus+ et le logo du projet).

Doivent être inclus le numéro du projet et la clause de non-responsabilité suivante :

*"Financé par l'Union européenne. Les points de vue et opinions exprimés sont ceux des auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence Erasmus Education Formation France. Ni l'Union européenne ni l'agence Erasmus+ Education-Formation-France ne peuvent en être tenues pour responsables".*

Le logo de la Commission européenne à utiliser est le suivant. Nous y ajouterons aussi celui du programme Erasmus +.



Pour davantage de précisions techniques sur l'utilisation des logos et les télécharger, consulter [le site de la Commission européenne](#).





Pour les directives concernant l'utilisation de tous les supports visuels officiels de la Commission européenne, consulter [les directives officielles](#).

Les fichiers concernant les modèles des documents officiels à diffuser et le logo du projet se trouvent sur le drive du projet DIVINEF.

### 3.3 Outils de diffusion

Les outils que nous développons doivent respecter les normes d'accessibilité européennes et internationales. Pour ce faire, nous utiliserons des ressources telles que la [page d'accueil WC3 WAI](#) et la section sur l'accessibilité de l'[Europa Web Guide](#).

De même, pour mettre en œuvre des pratiques éco-responsables, nous nous poserons les questions suivantes :

- Les documents que nous créons peuvent-ils être partagés sous forme numérique ?
- Si l'impression est nécessaire, notre matériel imprimé et promotionnel est-il durable ?
- Appliquons-nous les principes de réduction, de recyclage et de réutilisation ?
- Notre imprimante possède-t-elle un label écologique ? Pour le savoir, nous utiliserons le système de référencement [GreenKit](#), qui répertorie les labels reconnus et légalement conformes dans toute l'Union européenne.

#### 3.3.1 Outils de diffusion interne

##### Logo

Les éléments du logo s'analysent de la manière suivante :

- Les 2 mains symbolisent le partenariat entre la Roumanie et la France.
- Les étoiles symbolisent l'Union Européenne.
- La couleur des étoiles correspond à celle des drapeaux des pays partenaires.
- Les thèmes du projet sont écrits par les mots «Diversité» et «Inclusion».



## Roll up

Le roll up sera utilisé lors des événements de diffusion, des réunions transnationales et du pilotage. Il contiendra le logo du projet, le nom du projet, le numéro du projet, les logos des partenaires, le site web du projet et la clause de non-responsabilité.

Le fichier est disponible sur le drive du projet.

## Page facebook

Une page Facebook a été créée pour communiquer sur le projet.

12



Les partenaires communiquerons sur la page Facebook en fonction des opportunités liées au projet (Ex : lancement puis résultats des enquêtes de terrains, articles de presses, actualités nationales ou européennes en lien avec le projet, événement local,...).

De fait ces communications peuvent être en anglais ou dans les langues nationales des pays partenaires.

Pour faciliter le suivi, l'USSAP BOXE s'appuiera sur l'outil "Facebook Audience Statistics", communément appelé "Facebook Insights".



Cet outil fournit des informations détaillées sur l'audience, y compris des ventilations démographiques par groupe d'âge, sexe et villes principales, ainsi que les pages Facebook les plus populaires au sein de l'audience.

Il donne des informations précieuses sur les personnes qui s'intéressent à notre page Facebook et nous permet d'établir des comparaisons entre nos posts.

Enfin, ces données permettent d'améliorer la visibilité de la page et d'attirer un public plus large en tenant compte des profils des personnes qui ont liké nos pages.

13

Les partenaires utiliseront également les pages Facebook de leur organisation pour la diffusion de l'information ainsi que les profils Facebook des personnes impliquées.

### **Hashtag du projet**

Les hashtags du projet est le suivant :

***#DIVINEF, #Inclusion, #Handicap #ErasmusPlus, #Jeunesse, #NEETS, #Migrants, #Réfugiés, #Mooc, #Elearning, #Europe***

### **Un site WEB**

Le site comporte les éléments / les onglets suivants :

- Présentation du projet
- Présentation des partenaires
- Actualités
- Ressources
- Newsletters
- MOOC
- Contact
- Le site sera accessible en français, en anglais et en grec.







## **Bulletins d'information électroniques/News letters**

La lettre d'information électronique servira de document d'information concis mais visuellement captivant.

Elle sera diffusée via les canaux de médias sociaux du projet, ceux des partenaires du consortium et leurs sites web respectifs. Tous les partenaires sont tenus de distribuer activement le matériel à leurs groupes cibles désignés. La lettre d'information comprendra des mises à jour sur les activités et les résultats du projet, des annonces, des articles et des communiqués de presse, des publications sur les plateformes européennes, des résumés de réunions, des détails sur les événements à venir, etc.

Cinq lettres d'information seront envoyées à tous les groupes cibles sur une période de 24 mois. Des objectifs quantifiables seront fixés pour la lettre d'information numérique.

Dès la réunion de lancement, les partenaires ont construit la trame prévisionnelle des contenus envisagés ainsi que le calendrier des publications :

**1<sup>ère</sup> newsletter : juin 2024** (présentation du projet, lien vers les questionnaires)

**2<sup>e</sup> newsletter : septembre 2024** (les résultats des questionnaires, état d'avancement du MOOC, infos sur l'évènement lors des erasmus days d'octobre)

**3<sup>e</sup> newsletter : février 2025** (les résultats des erasmus days 2024 réalisés en France et à Chypre ; lancement du testing du MOOC)

**4<sup>e</sup> newsletter : septembre 2025** (les résultats du testing , lancement du MOOC, infos sur l'évènement lors des erasmus days d'octobre)

**5<sup>e</sup> newsletter : janvier 2026** (les résultats du projet, des erasmus days 2025 et de la réunion de clôture réalisée à Chypre)

## Plates-formes européennes

- **Résultats du projet ERASMUS**

Plateforme européenne pour la diffusion des projets et des résultats.

C'est la base de données de la Commission européenne pour les projets Erasmus+. Lien : <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/projects>

Nous y publierons les résultats du projet afin de répondre aux obligations légales du programme Erasmus +.

15

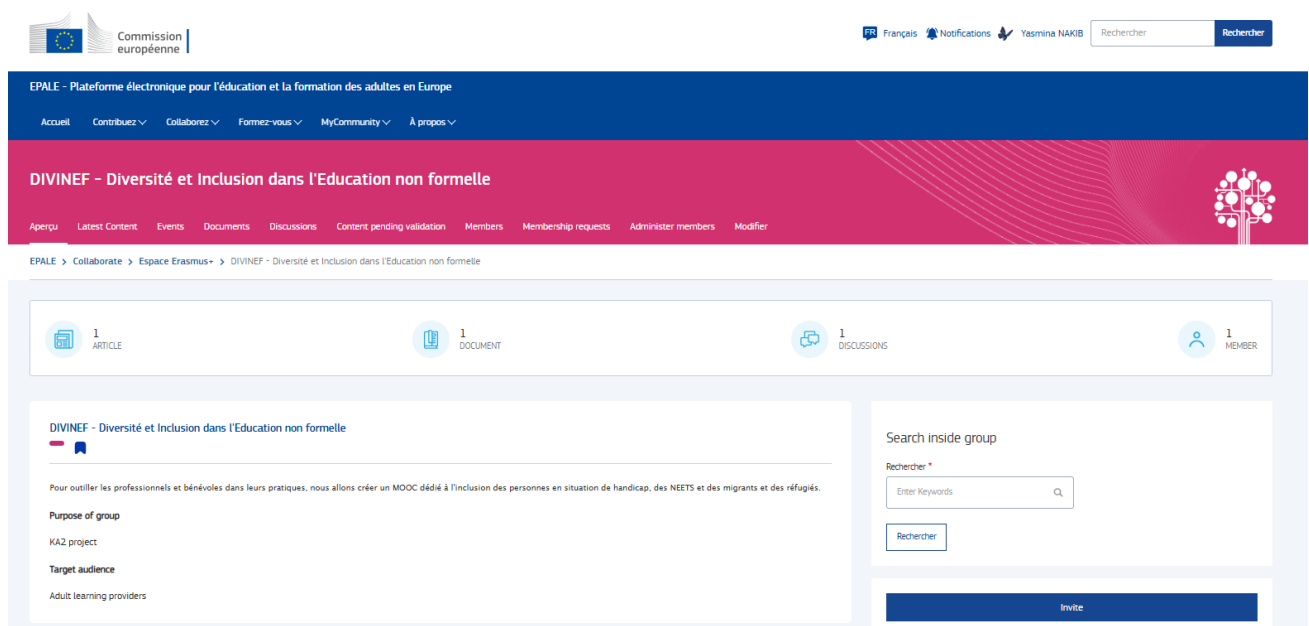
- **EPALE**

Plate-forme électronique pour l'éducation et la formation des adultes en Europe.

Lien : <https://epale.ec.europa.eu/it>

Nous y publierons des articles sur le blog EPALE pour promouvoir le projet, récolter des réponses à nos enquêtes, inviter à nos événements, présenter les résultats du projet et le MOOC essentiellement.

Un groupe de travail a été créé pour permettre à tous les partenaires du projet d'y partager des ressources, d'accueillir et d'échanger avec des « Epaliens » sur nos thèmes de travail.



The screenshot displays the EPALE (European Platform for Adult Learning in Europe) interface. At the top, there's a header with the European Commission logo and navigation links. Below this, a blue banner identifies the group as 'DIVINEF - Diversité et Inclusion dans l'Education non formelle'. A navigation bar lists various options like 'Accueil', 'Contribuez', and 'Collaborez'. The main content area shows statistics: 1 ARTICLE, 1 DOCUMENT, 1 DISCUSSION, and 1 MEMBER. A search bar is available for finding content within the group. On the left, a sidebar provides details about the group's purpose, which is to create a MOOC for the inclusion of people with disabilities, NEETs, and migrants. The bottom of the page features logos for partner organizations: STANDOUTEDU, USSAD BOKE, and Aux couleurs du deba.



- **EAEA**

L'EAEA est une ONG européenne qui compte 142 organisations membres dans 44 pays et représente plus de 60 millions d'apprenants dans toute l'Europe.

Lien : <https://eaea.org/>

Nous discuterons avec l'ensemble des partenaires du projet de l'opportunité (ou non) d'intégrer ce réseau pour chacune de nos structures et de s'honorer, le cas échéant, de la cotisation annuelle obligatoire.

L'accès à ce réseau se fait par un dépôt de candidature par structure. Si la candidature est approuvée, la structure pourra accéder aux ressources et services du réseau et pourra devenir membre après le vote lors de l'assemblée générale annuelle.

16

- **SALTO- JEUNESSE**

SALTO-YOUTH est un réseau de sept centres de ressources travaillant sur des domaines prioritaires européens dans le domaine de la jeunesse.

Lien : <https://www.salto-youth.net/>

Nous y publierons les résultats du projet.

### *3.3.2 Outils de diffusion externe*

#### **Communication avec les médias et communiqués de presse**

Les médias (presse, radio, télévision) seront sollicités pour susciter l'intérêt pour le projet et les événements importants qui y sont liés, tels que les Erasmus Days.

#### **Communication par mail et téléphone**

Les communications par courrier électronique et par téléphone sont tout aussi importantes pour sensibiliser les parties prenantes et informer les parties intéressées sur les événements et les activités.

## **Présentation des résultats du projet lors d'événements et de conférences**

Depuis le début du projet jusqu'à sa conclusion, les résultats du projet et les expériences qui en découlent seront présentés lors de conférences, de séminaires et de foires nationales et internationales où nous serions partenaires ou invités.

Les institutions partenaires qui organisent ou participent à ces événements pourront aussi promouvoir le projet et nous permettre de développer d'autres contacts pour élargir nos réseaux (ou en créer de nouveaux).

17

## **Autres actions de diffusion**

En plus des mesures ci-dessus, les partenaires du projet mèneront les activités suivantes :

- Publier les informations sur le projet sur leur site web avec un lien vers le site web du projet.
- Promouvoir le site web et les résultats du projet autant que possible par tous les canaux disponibles, par exemple sur les sites web et dans les bulletins d'information des réseaux des partenaires (existants ou à venir).
- Maintenir un contact régulier avec les réseaux afin d'en assurer la pérennité.

## **4. Le suivi de la communication**

Le suivi de la communication permet de s'assurer que l'ensemble des partenaires a bien réalisé les activités envisagées dans ce dossier.

La récolte de ces données se fera à travers un fichier excel permettant de lister les actions de communications réalisées, leurs dates, leurs supports et leur lien d'accès.

Ce fichier devra être complété par chaque partenaire tout au long du projet.



## 5. L'exploitation du projet DIVINEF

Dans le contexte du programme Erasmus+, l'exploitation consiste à garantir un large accès aux résultats du projet, des individus aux parties prenantes, du niveau local au niveau international.

L'objectif est d'optimiser l'impact des activités financées, en permettant l'utilisation des résultats au-delà de la durée du projet. Ces résultats doivent être adaptables aux besoins des différents utilisateurs et transférables à de nouveaux contextes.

18

Les efforts d'exploitation seront renforcés par l'engagement de parties prenantes supplémentaires en tant que canaux de diffusion pour partager les résultats du projet.

Ces parties prenantes faciliteront le transfert des résultats aux utilisateurs finaux du projet et à de nouveaux publics dans divers domaines.

Pour les décideurs et les représentants élus, le projet peut servir de catalyseur pour inspirer des politiques, des méthodes, des pratiques innovantes et des actions ultérieures.

Notre produit final, un MOOC, sera conçu pour être utilisé par des professionnels et des bénévoles dans des secteurs complémentaires tels que le sport, la jeunesse, l'éducation formelle et non formelle. Pour garantir une utilisation durable à long terme, nos résultats seront librement accessibles pendant au moins cinq ans après l'achèvement du projet.

En outre, un plan d'exploitation sera élaboré pour définir les ressources nécessaires à l'utilisation continue des résultats du projet après sa conclusion. Ce plan détaillera les activités nécessaires pour assurer la durabilité des résultats du projet et leur transférabilité dans divers environnements, tant dans nos pays respectifs que dans l'Union européenne et au-delà.





Enfin, étant donné que tous les résultats seront disponibles en anglais et traduits en français et en grec, les efforts d'exploitation s'étendront à de nombreux territoires.

En effet, à l'instar des recommandations du guide du programme Erasmus+, nous considérons qu'il est impératif de partager nos expériences et nos résultats afin de rendre compte des réalisations, de diffuser les connaissances collectives et de favoriser une communauté et une culture de l'apprentissage.

19

La diffusion des connaissances collectives est un principe fondamental des programmes de l'Union européenne, car elle offre aux citoyens européens une multitude d'outils, de ressources et de bonnes pratiques.

Il est important de noter que le plan d'exploitation est un document dynamique qui nécessite des mises à jour périodiques tout au long de la durée de vie du projet. Dans ce présent document nous avons listé les canaux potentiels pour l'exploitation des résultats. Ces éléments seront affinés dans un plan de travail qui précisera les modalités d'action, le planning prévisionnel et le partage de ces activités et tâches entre nos structures.

Le MOOC étant finalisé à la fin du projet, le plan opérationnel ne pourra être pleinement mis en œuvre qu'après sa première présentation publique lors de l'événement de clôture du projet (Journées Erasmus 2025).

Cette tâche sera coordonnée par l'USSAP, tous les partenaires décriront les conditions qui doivent être préparées pour la durabilité des résultats du projet.

## 6. L'évaluation de la communication

Afin de garantir une bonne qualité et d'assurer la meilleure diffusion des résultats du projet, des grilles d'évaluation qualitatives et quantitatives ont été créées. Ce processus semestriel de suivi et d'évaluation assurera un contrôle continu et approfondi du projet, contribuant ainsi à son succès et à la réalisation de ses objectifs.

## 6.1 Evaluation quantitative de la communication

| ACTIVITES             | SORTIES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | INDICATEURS                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>MEDIAS SOCIAUX</b> | 1. Réseaux sociaux (Facebook) sera créé en tant que principal canal de diffusion du projet. Des posts relatifs aux activités du projet y seront publiés.                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de followers sur Facebook &gt; 100</li> <li>- Nombre de message : 4 par mois sur le médias.</li> <li>- Nombre d'article : 1 par mois</li> <li>- Nombre de bulletins d'information : 5 tout au long du projet.</li> </ul> |
| <b>EVENEMENTS</b>     | <p>Pendant toute la durée du projet, des événements publics seront organisés au niveau local lors des Erasmus Days.</p> <p>Ces événements auront lieu simultanément dans les deux pays (France/Chypre). La participation des acteurs et l'implication des groupes cibles du projet seront recherchées afin de donner de la visibilité au travail qu'ils réalisent.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Nombre d'événements locaux : 2 dans chaque pays</li> <li>- Nombre de participants par événements : 20/30.</li> <li>- Feuille de présence des participants à chaque événement.</li> </ul>                                         |

|                    |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                      |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PUBLICATION</b> | Des articles seront publiés tout au long du projet sur les plateformes européennes, dans la presse et dans des réseaux spécialisés en fonction des opportunités.                                                                              | -Publication de 3 à 5 articles sur les plateformes européennes<br>-1 à 3 articles de presse par pays |
| <b>NEWSLETTER</b>  | Des articles et des newsletters seront rédigés et diffusés sur nos sites web et réseaux sociaux. Les newsletters seront traduites dans les langues nationales de chaque partenaire pour une diffusion plus large (français, anglais et grec). | -5 newsletters                                                                                       |

## 6.2 Evaluation qualitative de la communication

| ACTIVITES                | SORTIES                          | INDICATEURS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Gestion du projet</b> | <b>La communication par mail</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'objet du message est-il compréhensible ?</li> <li>- Le contenu des mails est-il structuré et lisible ?</li> <li>- La langue utilisée répond-elle à vos attentes ?</li> <li>- Les dossiers partagés sont-ils stockés dans le drive ?</li> <li>- Les adresses électroniques sont-elles correctes ?</li> <li>- Des adresses ont-elles dû être ajoutées ou modifiées ?</li> <li>- Les temps de réponse au mail envoyé est-il trop long ? parfait ?</li> </ul> |
|                          | <b>L'utilisation d'un drive</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'accès au drive fonctionne-t-il ?</li> <li>- Le contenu du drive est-il clairement et lisiblement classé ?</li> <li>- Le contenu est-il facilement accessible dans différentes langues ?</li> <li>- Les formats des fichiers partagés sont-ils pratiques et accessibles ?</li> </ul>                                                                                                                                                                       |
|                          | <b>Les réunions en ligne</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'outil vidéo fonctionne-t-il lorsque vous vous connectez ?</li> <li>- L'application de la vidéoconférence choisie prend-elle en charge le tchat ?</li> <li>- L'application permet-elle le partage d'écran ?</li> <li>- Un délai de traduction est-il nécessaire ?</li> <li>- La réunion est-elle enregistrée ?</li> </ul>                                                                                                                                  |



|                               |                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | <b>Les réunions en face à face</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-La communication a-t-elle été satisfaisante avant la réunion ?</li> <li>-L'organisation de la réunion était-elle satisfaisante ?</li> <li>-L'environnement de travail était-il satisfaisant (équipement, wifi,etc) ?</li> <li>-Le matériel et les supports fournis étaient-ils appropriés ?</li> <li>-Les produits et équipements fournis sont-ils respectueux de l'environnement ?</li> </ul>                                                                                               |
| <b>Identité visuelle</b>      | <b>Logo</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>L'aspect du logo vous plaît-il (en termes de couleurs et de contenu) ?</li> <li>- Avez-vous participé à son élaboration ?</li> <li>- Quels changements pourraient être apportés ?</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                               | <b>Graphiques et visuels</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le choix de la police de caractères vous plaît-il ?</li> <li>- Êtes-vous satisfait de la taille et du format des titres et sous-titres ?</li> <li>- Le choix de la taille du texte (police, interlignes) vous convient-il ?</li> <li>- Le choix des visuels pour les modèles de documents vous convient-il ?</li> <li>- Avez-vous pu participer à l'élaboration de la charte et du visuel ?</li> <li>- La charte graphique respecte-t-elle les normes d'accessibilité digitale ?</li> </ul> |
| <b>Médias sociaux</b>         | <b>Facebook</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le design des posts vous plaît-il ?</li> <li>- Le contenu des messages est-il cohérent avec les objectifs ?</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Activités de diffusion</b> | <b>Evènements</b>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les informations reçues sont-elles claires (dates, lieu, contenu de l'événement, etc.) ?</li> <li>- Y a-t-il des affiches ou des points d'info qui parlent du projet, de son financement européen, des engagements pour l'environnement ?</li> <li>- Les organisateurs ont-ils mis en place des éco-gestes, notamment le tri des déchets ?</li> </ul>                                                                                                                                       |



Cofinancé par  
l'Union européenne



**Erasmus+**  
Enrichit les vies, ouvre les esprits.



2024. *Plan de communication*, créé par l'USSAP, Aux couleurs du DEBA et STANDO LTD est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Partage des Conditions Initiales à l'Identique 4.0 International.

