



MAagement des Risques de l'Erosion cotière et actions de GOuvernance Transfrontalière

Plan de communication

Planification et rédaction du plan

Mise en œuvre du plan

Évaluation du plan



Interreg



UNION
EUROPÉENNE

MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Le projet Maregot

Le risque associé à l'érosion côtière couvre l'ensemble du programme opérationnel de coopération transfrontalière maritime et constitue donc un défi territorial commun associé au problème du changement climatique. L'action de lutte contre le changement climatique est également complétée par l'objectif de la stratégie marine qui exige la réalisation d'un bon état environnemental de l'environnement marin de l'UE en 2020, en renforçant la résilience des côtes au phénomène érosif.

MAREGOT est un projet visant à la prévention et à la gestion conjointe des risques découlant de l'érosion côtière dans le domaine de la coopération. Le projet stratégique vise à lancer une action de planification partagée qui, grâce à une meilleure connaissance des phénomènes d'érosion et de la dynamique des côtes, permet aux individus de trouver des solutions d'intervention optimales pour la gestion du territoire par rapport aux caractéristiques morphologiques et hydrodynamiques de la côte.

Les principaux acteurs et bénéficiaires des actions sont les administrations publiques ayant des compétences dans le domaine de la programmation, les centres de recherche, les personnes privées impliquées dans la gestion intégrée de la côte et de la population. À partir de l'analyse critique des systèmes de surveillance et de données existants, une méthodologie transfrontalière de surveillance sera définie.

La Région de Ligurie a coordonné le travail de préparation du projet MAREGOT à partir d'un dialogue constructif avec les régions de la zone de coopération maritime sur la question des risques liés au phénomène de l'érosion côtière. Le partenariat a été ouvert aux sujets techniques, en particulier aux universités et instituts de recherche, afin de mettre en œuvre l'expertise technique sur le sujet. Pour renforcer la coopération, l'ensemble du partenariat a signé un accord de coopération, s'engageant à travailler ensemble sur l'érosion côtière et les risques associés.

Maregot commencera par l'expérience du projet RESMAR, réalisé dans le PO maritime de la programmation précédente.

Élaboration stratégique

Quel contexte

Quels objectifs stratégiques

Quels acteurs impliqués

Quels destinataires

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Quel contexte Quels objectifs stratégiques Quels acteurs impliqués Quels destinataires

En Europe, la mise en œuvre de la stratégie européenne 2020 pour une croissance intelligente, durable et inclusive est en cours, en particulier en ce qui concerne la gestion de l'environnement côtier et la planification et la gouvernance des activités qui y sont liées. La promotion et le développement d'une croissance durable sont essentiels à l'amélioration des activités maritimes et côtières, compte tenu de la vulnérabilité liée aux risques naturels et aux changements climatiques. Par conséquent, l'UE a adopté la recommandation du 30 mai 2002 pour la mise en œuvre de la gestion intégrée des zones côtières.

En France, le protocole GIZC est entré en vigueur en 2013 et est devenu contraignant pour les entités de gestion côtière. La 2012 stratégie nationale française de gestion intégrée de la côte du littoral développe la surveillance côtière et identifie les zones à risque pour établir les priorités des actions publiques, développer des stratégies partagées entre les acteurs publics, évoluer vers tous les schémas de relocalisation des actifs et des biens.

En Italie, suite à cette recommandation, la directive sur la stratégie marine 2008/56/EC (transposée par le décret législatif 190/2010), du protocole sur la gestion intégrée des zones côtières (GIZC) de la Méditerranée (Convention de Barcelone), la Charte de Bologne et la Charte de Livourne, une stratégie nationale de GIZC est en cours, qui constitue l'instrument actuel de gouvernance des zones marines-côtières. Les régions sont appelées à appliquer cette approche dans la rédaction d'outils de planification garantissant un développement durable et socialement acceptable.

Le projet contribue à la mise en œuvre de ces outils au niveau local avec la rédaction de plans d'intervention qui tiennent compte des problèmes côtiers et de leurs interactions : l'étude repose sur une approche holistique qui mènera à une définition plus correcte des activités de préparation des interventions.

MAREGOT contribue également à :

- la mise en œuvre de la Directive Habitat 92/43/CE
- la mise en œuvre de la directive 2007/60/CE sur les inondations
- améliorer la base des données physiques et environnementales pour l'évaluation des risques liés aux activités humaines dans le milieu marin aux fins de la planification de l'espace maritime (directive 2014/89/UE) et de l'adoption d'une collaboration intersectorielle
- la mise en œuvre de la directive INSPIRE 2007/2/CE

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Quel contexte Quels objectifs stratégiques Quels acteurs impliqués Quels destinataires

Voici une première hypothèse d'analyse SWOT, à améliorer et à définir avec le groupe de travail sur la communication :

<p>Forces:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le projet dispose de ressources (financement européen) • Les partenaires impliqués ont de l'expérience et du savoir-faire sur les sujets traités • Les partenaires impliqués sont présents et actifs sur les territoires concernés 	<p>Faiblesses:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incertitude quant à la capacité effective de transférer (à la fin du projet) les bonnes pratiques et les outils de MAREGOT • Difficultés de coopération entre les partenaires
<p>Opportunités:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le thème abordé par MAREGOT trouve sa place dans le débat médiatique • MAREGOT peut capitaliser sur les expériences passées 	<p>Menaces:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cadre réglementaire sur la planification côtière très différent dans les deux pays (Italie et France) • Manque de ressources futures pour la poursuite et la mise en œuvre des plans

Élaboration stratégique**Élaboration opérationnelle**

Quel contexte **Quels objectifs stratégiques** Quels acteurs impliqués Quels destinataires

Les objectifs du projet Maregot**La croissance des connaissances et la sensibilisation des principaux objectifs en ce qui concerne les questions environnementales de la gestion intégrée des côtes**

- Améliorer les **connaissances et les systèmes de surveillance** des phénomènes d'érosion côtière
- Élaborer une **stratégie conjointe d'intervention** transfrontalière
- Planification et programmation des **interventions pour la gestion du littoral** intégrée

En résumé, le projet vise à améliorer la capacité des institutions publiques à prévenir et à gérer, en conjonction, certains risques spécifiques de la région, résultant du changement climatique : le risque hydrologique, notamment en ce qui concerne les inondations, l'érosion des côtes et les incendies. Ce modèle stratégique transfrontalier peut être l'objet de transférabilité à d'autres contextes et à d'autres projets.

Élaboration stratégique**Élaboration opérationnelle**

Quel contexte Quels objectifs stratégiques **Quels acteurs impliqués** Quels destinataires

Les Partenaires

- Regione Liguria
 - Parco Nazionale delle Cinque Terre
 - Università di Genova

- Regione Toscana
 - Università di Firenze
 - Laboratorio di monitoraggio e modellistica ambientale per lo svil.sost.

- Regione autonoma della Sardegna
 - Agenzia Regionale per la protezione dell'ambiente della Sardegna
 - Università di Cagliari

- Office de l'Environnement de la Corse
 - Bureau de Recherche Géologique e Minières
 - Service Départemental d'incendie et de Secours de la Haute-Corse

- Departement du Var
 - Conservatoire de l'Espace Littoral et de Rivages lacustres

Tâches et rôles des partenaires dans la communication

Le parc national des Cinque Terre, en collaboration avec la Région de Ligurie, coordonnera la composante "communication" dans le projet Maregot, à mettre en œuvre en collaboration avec tous les partenaires-responsables des actions sur leur territoire. Le PN5T traitera à la fois de la conception du PdC et de sa mise en œuvre réelle. Des indicateurs spécifiques permettront d'évaluer la mise en œuvre et l'efficacité du plan, qui peut être mis à jour en cours.

Le PN5T gèrera le flux de communication du projet entre les partenaires et recueillera les informations, les expériences et les pratiques utiles. À cette fin, il coordonnera le GROUPE DE TRAVAIL SUR LA COMMUNICATION.

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Quel contexte Quels objectifs stratégiques Quels acteurs impliqués **Quels destinataires**

Institutions, opérateurs et associations, écoles, citoyens et touristes, médias

Les bénéficiaires identifiés pour les activités de communication, de diffusion et de sensibilisation sont regroupés en cinq types:

- **Administrations publiques:** comprend les parties prenantes au niveau local, national et européen qui font partie du projet, les principaux bénéficiaires des mesures contenues dans les plans de chaque territoire. Ces interlocuteurs, pour une mise à jour constante en ce qui concerne les phases de réalisation, seront impliqués dans les activités de gouvernance en synergie avec les activités de communication.
- **Experts:** cette catégorie comprend toutes les parties prenantes ayant des connaissances et des intérêts liés à la zone d'intervention et aux actions envisagées dans son domaine. Parmi eux, les associations environnementales, les centres de recherche, les ordres professionnels, le monde académique et les offices de tourisme peuvent contribuer de manière significative à la diffusion de l'information et des objectifs du projet MAREGOT.
- **Acteurs économiques:** cette catégorie comprend les entreprises et les associations professionnelles opérant dans la zone d'intérêt.
- **Population:** identifie toutes les personnes qui ne participent pas aux activités du projet ou qui ne sont pas directement intéressées par les résultats, mais qui contribueront à atténuer les impacts sur la côte et à réduire le risque de calamité en mettant en place un comportement vertueux et prudent dans l'utilisation du territoire. Un aspect important est joué par le tourisme qui, dans certaines régions, enregistre des chiffres particulièrement élevés. La typologie comprend à la fois les touristes occasionnels, qui fréquentent le territoire seulement pour de courtes périodes, et les touristes réguliers qui reviennent à plusieurs reprises. Pour les deux catégories, il est nécessaire d'activer une action de communication ciblée et immédiate qui favorise un comportement durable et prudent. Cette catégorie comprend également le monde scolaire, avec les étudiants de tous les niveaux: les étudiants sont en fait les bénéficiaires/utilisateurs du futur et, s'ils sont correctement formés et sensibilisés aux questions de gestion côtière, ils permettront l'enracinement de bonnes pratiques et les objectifs attendus du projet MAREGOT.
- **Médias:** jouent un rôle stratégique et important dans la diffusion des objectifs du projet, car ils peuvent amplifier les communications en donnant une importance et une résonance aux actions envisagées.

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Quel contexte Quels objectifs stratégiques Quels acteurs impliqués **Quels destinataires**

Cible	Intervenants
Administrations publiques	Regione Liguria Parco Nazionale delle Cinque Terre, Università di Genova Regione Toscana Università di Firenze Laboratorio di monitoraggio e modellistica ambientale per lo sviluppo sostenibile Regione autonoma della Sardegna Agenzia Regionale per la protezione dell'ambiente della Sardegna Università di Cagliari Office de l'Environnement de la Corse Bureau de Recherche Géologique e Minières Service Départemental d'incendie et de Secours de la Haute-Corse Departement du Var Conservatoire de l'Espace Littoral et de Rivages lacustres Ministero dell'Ambiente Unione Europea
Experts	Exposants du monde académique Points d'information touristique/offices de tourisme Associations professionnelles Centres de recherche ou sociétés de recherche Associations environnementales
Acteurs économiques	Des opérateurs et entreprises locales (hôteliers, restaurateurs, pêche, activités de sport, etc.) Associations professionnelles
Population	citoyenneté touristes, élèves d'école primaire et secondaire
Médias	journaux, télévision, radio Web, réseaux sociaux

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

Les objectifs de la communication, qui sont issus des objectifs du projet, sont :

- **Accroître la connaissance des cibles** sur les phénomènes d'érosion côtière et sur la dynamique des côtes
- **Changer l'attitude des usagers côtiers** en encourageant un comportement responsable et durable
- **La croissance des connaissances et la sensibilisation des principaux objectifs** en ce qui concerne les questions environnementales de la gestion intégrée des côtes
- **Modifier l'état d'esprit des administrateurs publics** en ce qui concerne les travaux de défense
- promouvoir une **approche intégrée et transfrontalière** sur les thématiques en objet

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

Stratégie de communication transfrontalière

La stratégie de communication définit la structure, le calendrier, le mode de diffusion et le contenu des messages à transmettre, précisant quels segments de la population sont plus appropriés et utiles à contacter et quels sont les meilleurs moyens de le faire.

Objectif spécifique:

La stratégie de communication transfrontalière définie approfondira la connaissance des contextes locaux pour répondre aux besoins de chaque territoire et donc être reproductible et applicable par chaque partenaire.

Le plan de communication aura donc pour objectif d'identifier certains facteurs clés :

- QUOI: définir ce qu'il faut communiquer, les messages et les produits
- à QUI: l'identification des groupes cibles pour la diffusion
- POURQUOI: définir les objectifs de la diffusion
- COMMENT: définir la méthode de diffusion
- QUAND: définir les moments les plus appropriés pour la réalisation des objectifs de diffusion.

En déclenchant une relation à long terme avec les intervenants, il sera possible de recevoir du feedback continue afin d'améliorer la façon dont le message est transmis.

Description:

À partir de l'identification et de l'analyse claires de toutes les cibles, il y aura l'identification des messages clés et des outils fonctionnels pour les transmettre. La mise en œuvre de cette stratégie sera correctement surveillée et évaluée en termes d'efficacité par le biais d'indicateurs et de résultats concrets.

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

Messages Clés

L'identification et l'utilisation de messages clés, adéquats et spécifiques, pour différentes cibles spécifiques, permettant de transmettre plus efficacement les informations et agir directement sur les parties intéressées.

Les messages clés seront basés sur les concepts suivants, qui pourront être implémentés par le groupe de travail sur la communication :

- **Prévention, atténuation des risques liés à l'érosion côtière**
- **Résilience au changement climatique**
- **Connaissance et surveillance du phénomène d'érosion côtière**
- **Action conjointe, intégrée et transfrontalière**

Ces notions, développées plus loin, permettent d'anticiper les messages clés possibles et les slogans qui en découlent, évolutifs et définissables de concert avec les partenaires :

Messages clés possibles**Possible slogans divulgués**

MAREGOT est un projet intégré transfrontalier pour la protection et la planification partagée de la côte

MAREGOT le projet transfrontalier ami de la côte
MAREGOT : ensemble, nous donnons un coup de main à la côte
Défendons la côte avec MAREGOT

MAREGOT est un projet visant à la prévention et à la gestion conjointe des risques découlant de l'érosion côtière dans la zone maritime.

MAREGOT, un système intégré de protection de la côte
MAREGOT: connaître et gérer l'érosion côtière

MAREGOT vise à améliorer les connaissances et à sensibiliser sur les phénomènes d'érosion et la dynamique des côtes

MAREGOT: accroître les connaissances pour réduire les risques côtiers
MAREGOT: connaître la côte pour la protéger

MAREGOT vise à identifier les meilleures pratiques pour la gestion stratégique du territoire côtier

MAREGOT: des bonnes pratiques pour gérer la côte
MAREGOT, pour la gestion stratégique de la côte

MAREGOT vise à préparer une stratégie conjointe d'intervention transfrontalière pour la gestion côtière

MAREGOT: une stratégie commune pour la gestion côtière

MAREGOT vise à réduire les risques du changement climatique

MAREGOT: accroître la résilience de la côte au changement climatique

MAREGOT vise à surveiller et à atténuer le risque hydrogéologique du littoral

MAREGOT: stratégies pour réduire le risque hydrogéologique
Surveiller, planifier et protéger la côte avec MAREGOT

MAREGOT veut encourager un comportement responsable et durable chez les usagers côtiers afin d'accroître la sécurité du territoire

Un littoral plus sûr avec MAREGOT
MAREGOT: une côte pour le futur
MAREGOT: pour un développement durable de la côte

MAREGOT promeut une gouvernance intégrée de la gestion côtière

MAREGOT: une côte à connaître, surveiller, protéger

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

Les instruments et activités suivants ont été pris en compte pour atteindre les objectifs :

- C. 1.1 **Plan de communication** transfrontalier
- C. 1.2 **Rapport d'analyse des résultats** obtenus par le plan de communication transfrontalière

- C. 2.3 **Manuel d'identité** du projet
- C. 2.4 **Brochures et affiches générales** du projet
- C. 2.5 **Articles** sur les magazines, le Web et les médias
- C. 2.6 **Réseaux sociaux**
- C. 2.7 **Brochures ciblées** pour la sensibilisation des cibles
- C. 2.8 **Newsletter** électronique

- C. 3.9 **Lignes Directrices**

- C. 4.10 **Événements territoriaux**
- C. 4.11 **Rencontres de sensibilisation** de la cible

- C. 5.12 **Événements transfrontaliers**

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

C.1.1 Plan de Communication

(juillet 2017)

C'est l'outil qui définit l'image coordonnée du projet, les actions, les stratégies et les outils, ainsi que leur calendrier, visant à diffuser les activités opérationnelles menées dans le cadre du projet et à sensibiliser aux questions en question afin d'accroître la prévention en cas d'événements catastrophiques. Définir le plan de communication permet de prédisposer le cadre général de la gestion et de la coordination des communications à mettre en œuvre pour promouvoir les projets.

En détail, l'ensemble des activités de communication vise les objectifs suivants :

- PRÉPARER DES ACTIONS COMMUNES ET SYNERGIQUES entre les partenaires et approfondir la connaissance des contextes locaux, des points de force critiques, pour répondre aux besoins de chaque territoire, aussi du point de vue de la communication ;
- Informer les intervenants des actions générales envisagées par le projet et des résultats en assurant la transparence ;
- SENSIBILISER les parties prenantes sur les criticités du territoire afin de promouvoir des comportements vertueux, éco-durables et conscients de la sécurité en prévenant les comportements dangereux/nuisibles ;
- Renforcer et élargir la participation et la participation des citoyens et des opérateurs locaux ;
- Faciliter et renforcer les relations entre les partenaires du projet afin d'atteindre les résultats escomptés ;
- Promouvoir les synergies transfrontalières et les actions visant à améliorer encore la gestion des risques hydrogéologiques et leur prévention ;
- Encourager l'échange de bonnes pratiques au niveau national et international, ainsi que la reproductible et la transférabilité des résultats du projet ;
- Assurer la diffusion et la communication continues des résultats obtenus ; À cette fin, le projet envisage une activité d'information multicanal capable de dialoguer avec le secteur et les réseaux sociaux dans chaque pays du réseau transfrontalier.
- ACTIVER LES SYNERGIES avec d'autres projets (mise en réseau)

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

Étapes du plan

Les différentes actions de communication visant à atteindre les objectifs du PdC peuvent être regroupées en 6 phases :

1. Analyse du contexte par l'identification des principaux thèmes d'intervention et des forces, faiblesses, opportunités et menaces respectives (SWOT)
2. Définition des principaux objectifs stratégiques et opérationnels.
3. Identification des destinataires de la communication et des messages clés.
4. Définition de la stratégie de communication et de l'identité du Projet, des territoires et des partenaires concernés.
5. choix des outils de communication à activer et à mettre en système (voir « outils et tâches ».)
6. Définition des indicateurs de résultats (Voir « évaluation du plan » C. 1.1 et C. 1.2).

Communication interne

Afin de mettre en œuvre une communication interne opportune et de tenir les partenaires informés et actifs sur les actions et les développements des activités de communication, le GROUPE DE TRAVAIL sur la communication sera organisé dans lequel une personne de référence pour chaque partenaire sera porte-parole des criticités, des objectifs et des actions envisagées dans la zone locale afin d'organiser et de gérer le flux d'informations et de rendre la communication de projet plus efficace à la fois au niveau local et mondial.

Dans les étapes initiales seront collectées :

- contacts et adresses e-mail des personnes-ressources
- les logos des partenaires
- les besoins de communication de tous les territoires afin de prendre en compte tous les aspects
- tout autre message clé
- tout autre produit de communication fourni par les partenaires individuels

La coordination ponctuelle de toutes les activités menées par les partenaires permettra d'opérer dans une logique de projet unique, tout en maintenant les spécificités de son territoire.

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

C.2.3 Manuel d'identité du projet

(juillet 2017)

alable pour tous les outils de communication afin de clarifier l'identification du projet.

Il est prévu de créer des **logos** et des **formats** prédéfinis dans les principaux documents d'utilisation des partenaires. Objectif spécifique : identifier le projet d'une manière claire, immédiate et très communicative.

Description :

une image graphique efficace du projet est fonctionnelle à la perception d'une identité globale des actions qui seront identifiées avec facilité et rapidement. Cette image permettra non seulement de faciliter la reconnaissabilité de tous les documents, produits et services, mais aussi d'être positivement associée aux objectifs et aux messages clés du projet, en améliorant encore la véhiculation de l'information et la vision transfrontalière des interventions.

Tout le matériel de communication sera préparé en italien et en français suivant ce manuel d'identité, l'utilisation du logo du projet en autonomie (utilisation dans laquelle le logo Interreg sera distinctement présent) ou intégré au logo Interreg maritime selon les spécifications fixées sur le manuel d'image coordonné pertinent et dont l'utilisation sera contraignante pour tous les partenaires.

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

Logo

Le logo Maregot est développé avec une linéarité maximale, le « O » est représenté par une onde qui symbolise l'érosion, le « T » conclut en stoppant la vague d'érosion. Les vagues en transparence veulent indiquer l'efficacité du projet en éloignant les risques.

Cette image de tâche constituera une identité reconnaissable et permettra aux destinataires de l'action informative de relier facilement l'initiative individuelle au plan organique d'interventions.

Toutes les activités de communication du projet seront donc facilement identifiées par tous les éléments graphiques qui caractérisent l'ensemble de la période.

Le logo sera utilisé dans tous les documents qui seront produits pendant les activités du projet, dans le matériel publicitaire et de diffusion fourni par le présent PdC.



MAnagement des Risques de l'Erosion
côtière et actions de GOuvernance
Transfrontalière



MAnagement des Risques de l'Erosion
côtière et actions de GOuvernance
Transfrontalière



Monocolore Logo nero
Stampa monocolora



Monocolore Logo bianco
Stampa monocolora

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

Dans des usages spécifiques, le logo de Maregot sera flanqué du logo Interreg maritime, ou intégré avec lui selon l'une des possibilités suivantes, fournie par le manuel d'image coordonné du programme maritime Interreg ITA-LIE-FRANCE MARITIME 2014-2020 :



Objectifs de communication

Outils et activités

Modèle

Des modèles ont été préparés pour les activités de communication du projet et en particulier pour les catégories suivantes :

Gabarits structurés selon les indications graphiques du maritime (caractères, dispositions de logo, slogans, etc.) comme indiqué dans le manuel

- Modèle Word pour le document type (A4 vertical et horizontal)
- modèle Word pour le programme d'événement/modèle de réunion
- modèle Word pour lettre
- modèle Power point pour la présentation
- modèle pour l'affiche de projet
- modèle pour présentoirs roll up

Pour le papier à en-tête, la lettre, les rapports et les programmes d'événements le logo, dans la version intégrée avec Interreg, devrait être positionné en haut à gauche et, si nécessaire, les logos des partenaires dans la partie inférieure gauche.

En bas à droite, devra être insérée l'inscription La Cooperazione al cuore del Mediterraneo ou, en français, la Coopération au Coeur de La Méditerranée, à la place.

Pour les diaporamas Power point, les graphiques de diapositives suivront l'exemple à côté.



Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

C.2.4 Brochures et affiches générales du projet

(juillet 2017)

Ils feront la promotion de la connaissance du projet au grand public, en insistant sur les objectifs. Ils contiendront un message en italien et en français en mesure de sensibiliser le public à la gestion et l'utilisation durable de la côte et sera en deux versions, française et italienne.

Tirage : au moins 5 000 exemplaires ;

Objectif spécifique : fournir une présentation du projet d'une manière claire, concise et facilement compréhensible.

Description : les affiches de présentation du projet seront réalisées, dans les formats numérique et papier, A4 et A3, et il sera réalisé un opuscule/brochure digitale et papier à caractère informatif, général sur le projet qui sera distribué à travers les réseaux sociaux et les sites des partenaires, avec l'objectif de communiquer de manière claire et synthétique quelles sont les caractéristiques principales et les objectifs du projet.

Elle doit être imprimée dans les 6 premiers mois en 5.000 exemplaires et la divulgation identifiée par les partenaires, dans les points d'information, ainsi que dans les événements publics fournis par ce PdC, ainsi que sur les sites Web et les canaux du projet (en version téléchargeable).



Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

C.2.5 Articles sur les magazines, le Web et les médias

(juillet 2019)

Pour souligner l'importance de la gestion durable des côtes en ce qui concerne les changements climatiques, les partenaires utiliseront les sites Web et publieront des articles dans des magazines. PN5T va gérer la page Web du projet.

Pour Rapport : au moins 30 articles

Objectif spécifique : fournir des informations précises, ponctuelles et constamment actualisées sur le projet et son état de progrès, afin de renforcer la participation et de sensibiliser les différents acteurs et le grand public au projet.

Description :

- le site Web du programme maritime sera « soignée », en étroite collaboration avec le chef de file, à la disposition duquel seront mis à disposition les résultats du projet et les contributions des partenaires aux tables de travail. En outre, des pages spécifiques seront faites sur les sites partenaires, avec une image coordonnée, et sur Parks.it, le portail des Parcs italiens.
- La rédaction des communiqués de presse coïncide avec la réalisation des actions de plus grande valeur du projet et au moment des événements publics envisagés, afin d'accroître la visibilité des résultats du projet, les questions territoriales que le projet est appelé à aborder et les objectifs escomptés. La presse mettra en évidence les principales caractéristiques du projet, ce qui a été/sera fait, qui l'a fait / fera, la contribution et les avantages que cela entraînera pour le territoire et ses habitants mais aussi ses fusions-acquisitions internationales et répétabilité.
- Les Articles de nature générale ou technique seront publiés chaque fois que l'intérêt et la possibilité de divulgation seront vérifiés.
- Des conférences de presse locales seront également organisées au cours du projet.

Objectifs de communication

Outils et activités

C.2.6 Réseaux sociaux

Avec les comptes de médias sociaux partenaires (par exemple Facebook et Twitter), vous pouvez vous engager par des manières alternatives et innovantes Cible du projet. Traversé en utilisant l'hashtag #MAREGOT

L'objectif est d'encourager un comportement responsable pour une gestion durable des côtes.

Rapport : au moins 2 réseaux

Objectif spécifique : fournir des informations précises, ponctuelles et constamment actualisées sur le projet et ses progrès en impliquant tous les objectifs cibles et en incitant, ainsi, un comportement responsable pour une gestion durable des côtes.

Description :

- une campagne d'information sera réalisée grâce à l'utilisation des principaux médias sociaux (Facebook, Instagram et Twitter) en activant les profils, en améliorant ceux existants ou en tirant parti (dans le cas de Twitter et Instagram) de profils partenaires et Parks.it par l'utilisation de les hashtag:

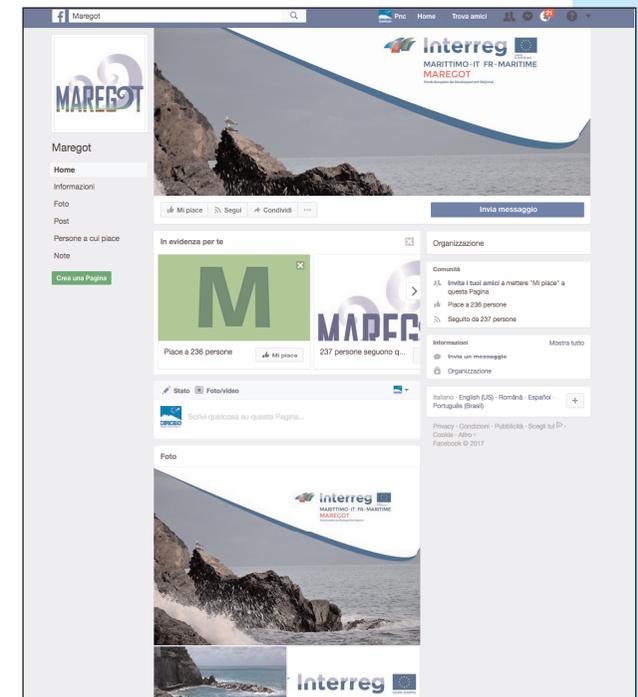
#MAREGOT	#érosioncôtière	#Risquehydrogéologique	#côtesûre
#prévention	#mitigation	#iczm	#climatechange
#adaptation	#interreg	#maritime	

afin de favoriser une diffusion plus grande et plus active.

De courtes campagnes publicitaires et des postes sponsorisés seront également réalisés.

Par exemple, parmi les outils alternatifs et innovants, identifiés pour augmenter la visite et l'intérêt pour les réseaux sociaux est prévue la réalisation de 4 guides vidéo d'environ 3 minutes selon le concept d' « analyse SWOT ». Chaque vidéo, dans la pratique, identifiera respectivement les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces liées aux côtes et au projet MAREGOT. Les mêmes vidéos seront utilisées lors de réunions et de présentations. Les vidéos seront également visibles sur le site Web du projet et du PN5T et transmises sur le social.

(juillet 2017)



Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

C.2.7 Brochures spécifiques pour la sensibilisation des cibles (février 2019)

Le contenu détaillé des brochures spécifiques sera défini sur la base des premiers résultats d'activités techniques et les besoins des partenaires, dans le but d'expliquer l'importance d'adopter des comportements responsables.

Objectif spécifique : informer, atteindre et sensibiliser les différentes catégories et expliquer l'importance d'adopter des comportements responsables

Propositions à partager :

Brochure spécifique "Ami de la côte".

Faite pour atteindre la catégorie « touristes », elle a été conçue traduite dans plusieurs langues et va brièvement rapporter le but du projet, les objectifs et les criticités du territoire, puis la liste, en langage clair, mais aussi captivant des bonnes pratiques et des conseils pour se comporter comme "touriste vertueux" dans le respect de l'environnement local avec une référence particulière à la côte et des conseils sur la façon de se comporter en cas d'avertissement pour les événements catastrophiques, les urgences, etc. Les brochures imprimées au cours de la deuxième année en 1000 copies seront distribuées aux points d'information du parc et avec la contribution des opérateurs locaux qui veulent s'engager à distribuer ce matériel à leurs utilisateurs.

Brochure écoles

Pour atteindre la cible "écoles" et puis les étudiants, nous préparons une brochure de style « Comic » avec un personnage-mascotte, Maregot, qui, à travers une brève histoire-aventure, expliquer aux enfants les thèmes liés aux objectifs du projet. Les brochures imprimées au cours de la deuxième année en 1.000 exemplaires seront distribuées dans les écoles primaires et secondaires du territoire concerné par le projet. Il existera également des actions de diffusion de la communication concernant les activités organisées par le CEA dans le cadre du projet (résultats, laboratoires, etc.).

Brochure d'affaires

La publication serait les résultats obtenus par tous les partenaires. La publication, la structure et le nombre d'exemplaires seront évalués sur la base de la disponibilité des ressources et conformément au gestionnaire de projet et aux partenaires.

Objectifs de communication

Outils et activités

C.2.8 Newsletter électronique

(janvier 2020)

à partir du 6ème mois (juillet 2017) sera préparé et envoyé un bulletin périodique en format électronique qui donnera des Informations sur l'avancement des activités du projet et les résultats obtenus.

Rapport : au moins 6 envois au cad. Semestriel

Objectif spécifique : mettre à jour au niveau local les développements, les initiatives et les actions du projet, afin de renforcer la participation dans les mêmes et de sensibiliser les différents acteurs concernés.

Description : les informations de MAREGOT seront adressées aux parties prenantes dans le contexte territorial et national impliquant des associations environnementales, associations de catégorie, acteurs, institutions, autres parcs, etc. pour amener le développement du projet au niveau global. Le matériel des autres partenaires sera donc collecté pour réaliser ce produit. Le bulletin sera également disponible sur le site Web de PN 5 Terre.

Afin de mettre en œuvre le répertoire de la newsletter, les partenaires seront invités à fournir les boîtes aux lettres des parties prenantes et à entrer dans leur propre newsletter les nouvelles et mises à jour sur le projet.



Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

C.3.9 Lignes Directrices pour la préparation d'outils de communication pour la prévention et la gestion des risques ou des urgences

(janvier 2019)

Les lignes directrices seront principalement diffusées par les canaux d'information Web.

Tirage : au moins 500 copies papier

Objectif spécifique : communiquer les critères transfrontaliers à adopter dans la mise en œuvre de la communication de la gestion des risques en vue d'alerter et de gérer les phénomènes extrêmes liés aux risques côtiers, aux fins de la sécurité des personnes, de l'intégrité des ressources et de l'augmentation de la résilience au niveau local.

Description : sera effectuée à partir d'une évaluation des expériences développées dans la « gestion des risques côtiers » pour encourager l'adoption de comportements responsables par la population et les acteurs économiques opérant sur la côte.

Les lignes directrices seront diffusées à la fois au niveau local, au cours de la deuxième réunion territoriale pour activer la transférabilité des résultats, à l'échelle nationale et internationale avec des publications d'articles, communiqués de presse, conférence de presse et la réalisation d'un webinaire numérique interactif de plusieurs minutes à diffuser à travers les sites (projet, partenaire et Parks.it) et réseaux sociaux.

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

C.4.10 Événements territoriaux

(novembre 2019)

La réalisation de deux événements territoriaux pour chaque territoire est prévue. Les écritures budgétaires se réfèrent au produit de l'événement individuel, indiquant : partenaire responsable (n. partenaire) et événement (A/B)

Rapport : 5 x 2 événements territoriaux

Objectif spécifique : présenter, actualiser et enfin diffuser les résultats du projet, mais aussi partager les expériences et les bonnes pratiques impliquant les parties prenantes du projet.

Description : le premier événement (A) de chaque territoire sera adressé aux acteurs locaux. Le 2ème événement (B) verra la participation de tous les partenaires responsables de l'activation de la transférabilité du projet dans la zone territoriale..

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

C.4.11 Rencontres de sensibilisation de la cible

(juillet 2019)

Les partenaires organiseront des réunions de sensibilisation sur leur territoire, visant des cibles individuelles (citoyens et touristes, entreprises, écoles)

rapport : 5 x 3 réunions de sensibilisation

Objectif spécifique : présenter, actualiser et enfin diffuser les résultats du projet, en tenant compte des différences entre les cibles.

Description : les réunions de sensibilisation locales seront axées sur des cibles individuelles et organisées en accord avec les partenaires, en particulier la région de Ligurie, dans les dates et les lieux stratégiques à définir lors de l'élaboration du projet et en fonction des besoins de communication. Les réunions seront mieux définies au cours des travaux et planifiées en synergie avec les activités de gouvernance

Élaboration stratégique

Élaboration opérationnelle

Objectifs de communication

Outils et activités

C.5.12 Événements transfrontaliers

(décembre 2019)

Le projet envisage la réalisation de deux événements transfrontaliers, l'un sur le territoire français et l'autre en Italie comme événement final du projet.

Rapport : 2 événements

Objectif spécifique : mettre en évidence les principaux résultats du projet, promouvoir la transférabilité de la méthodologie et les résultats à d'autres contextes territoriaux.

Description : le premier événement transfrontalier sera réalisé en Corse et sera axé sur les activités de gouvernance réalisées. Une visite à la zone pilote est prévue. Le 2ème événement sera réalisé à la fin du projet en Ligurie, en présentant les principaux résultats.

L'accent sera mis sur la promotion du développement durable de la gestion intégrée des côtes.

Organisation

Calendrier

Organisation

Calendrier

Les activités de communication-promotion du Projet MAREGOT couvrent non seulement les matériels, les événements et les outils fournis par le projet lui-même mais aussi les initiatives parallèles qui impliquent les partenaires et dans lesquelles le projet et ses développements peuvent être présentés.

Dans ce contexte, au cours des premiers mois d'activité, de juin à septembre 2017, les initiatives dans lesquelles le projet a été présenté étaient les suivantes:

- 27, 28 et 29 juin, Les "Journées VAR Europe 2017", Toulon - Département du Var
- 4-15 août Festambiente, Rispeccia (Grosseto) – Région Toscane et Lamma
- 1-2 septembre Posidonia Green Festival, Santa Margherita Ligure (Gênes) - Parc National des Cinque Terre

Planification des activités de surveillance

Flux temporel

Évaluation de l'efficacité des actions

Mesurer les produits

Mesurer les réactions

Mesurer les conséquences

Planification des activités de surveillance**Évaluation de l'efficacité des actions**

C.1.1 des indicateurs spécifiques permettront d'évaluer la mise en œuvre et l'efficacité du plan, qui peut être mis à jour en cours de déroulement

C.1.2 rapport d'analyse des résultats obtenus par le plan de communication transfrontalière

Dans la phase finale du projet, le responsable du Composant, en synergie avec tous les partenaires, préparera une évaluation des activités mises en œuvre et des résultats atteints

MÉTHODES DE VÉRIFICATION ET DE MESURE DES RÉSULTATS

Afin d'évaluer l'efficacité effective de ce PdC pour produire les effets pour lesquels il a été conçu, des indicateurs spécifiques de progrès et de résultat seront utilisés. Les actions suivantes sont envisagées :

- Revues de presse et de télévision ;
- contrôle d'accès au site Web ;
- participation aux manifestations organisées ;
- Questionnaire d'évaluation de la satisfaction des participants aux événements publics.

Ces instruments visent donc à permettre, non seulement la surveillance des activités de communication, mais aussi une évaluation objective de leur efficacité.

Le tableau ci-dessous récapitule les modalités d'évaluation de chaque outil de communication identifié.

Planification des activités de surveillance

Évaluation de l'efficacité des actions

Destinataires	Outil de communication	Acteurs	Objectifs de la communication	Objet d'évaluation	Modalité d'évaluation	valeurs attendues
Tous	Site	Internes et externes	Informers et mettre à jour	Accès au site	Surveillance de l'accès N° de lien d'autres projets Indexation de site et événements publics sur les moteurs de recherche	10.000 1 1
Tous	Réseau social	Internes et externes	Informers et mettre à jour	Accès à la page	Nombre de "like" et de followers	5.000 1
Médias	Communiqués de presse	Internes	Promouvoir à grande échelle	Communiqués	Revue de presse n.communiqués de presse produits n.communiqués de presse publiés	30 1 1
Auditoire spécialisé	Articles	Internes	Informers en mode spécifique	Paroles	Nombre d'articles publiés	1
Tous	Brochure générale	Externes	Informers	Copies	Nombre de copies distribuées	5.000
Touristes	Brochure ami de la côte	Externes	Informers, sensibiliser	Copies	Nombre de copies distribuées	1.000
Écoles primaires et secondaires de premier degré	Brochure BD	Externes	Informers, éduquer	Copies	Nombre de copies distribuées	1.000
Grand public	Tv et radio	Externes	Promouvoir à grande échelle	reportage	Nombre de reportages transmis Revue de presse	1 1
Médias	Conférences de presse	Externes	Informers, mettre à jour et approfondir	Présentations	Revue de presse Présence	1 1
Tous	Événement territorial	Externes	Approfondir, construire un consensus	Participants	Questionnaires d'évaluation et nombre de participants	1 1
Administrations	Lignes directrices	Internes	Permettre méthodologies transfrontalières	Produit final	Nombre dereportage Revue de presse	1 1
Tous	Webinaire	Internes	Approfondir, construire un consensus	Vidéo	Nombre de vues	1
Tous	Publication finale	Externes	Approfondir, construire un consensus	Copies	Nombre de copies distribuées	1.000
Tous	Guides vidéo	Externes	Informers et sensibiliser	Vidéo	Nombre de vues	1
Intervenants	newsletter InfoMaregot	Internes	Informers et mettre à jour	Envoi numérique	Nombre de boîtes aux lettres	5.000