



Interreg
MARITTIMO-IT FR-MARITIME
Fonds européen de développement régional
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



**SEDI
TERRA**

Projet SEDITERRA (N. CUP: I42F17000010006)



COMPOSANTE C - COMMUNICATION

LIVRABLE C1.1 : STRATÉGIE DE COMMUNICATION



SEDITERRA

PLAN DE COMMUNICATION

PRINCIPES ET FINALITES
POUR LA MISE EN ŒUVRE ET L'HARMONISATION
DE LA COMMUNICATION EXTERNE

PLAN DE COMMUNICATION

France  Italie

PROJET SEDITERRA

DIMENSION INTERNE/EXTERNE

STRATEGIE ET OBJECTIFS

Vision et missions de la communication externe
Moyens mis en œuvre

AUTEUR

PROVADEMSE

TRAVAIL RÉALISÉ POUR INSA DE LYON
EN COLLABORATION AVEC GV CREATION

Février 2019

SOMMAIRE

OBJECTIFS DU PROJET

Contexte du projet	5
Valoriser efficacement l'Europe	6
Faire prendre conscience de la problématique	7
Promouvoir la capitalisation	8

DEFINITION DE LA STRATEGIE

Analyse des groupes cibles	10
Communication type	11
Communication par zone partenaire	12
Listes des canaux disponibles	13
Correspondants projet	13

MOYENS MIS EN OEUVRE

Ressources dédiées	15
Budget dédié	16
Communication événementielle	17

PHASES DU PROJET

Élaboration de la stratégie	19
Communication interne	21
Actions de communication	22
Suivi et adaptation	25
Évaluation et débriefing	31

CONTACTS 32

OBJECTIFS DU PROJET

OBJECTIFS DU PROJET

Contexte du projet

L'objectif principal du Programme Italie – France Maritime est de contribuer sur le long terme à renforcer la coopération transfrontalière entre les régions participantes et de faire de la zone de coopération une zone compétitive, durable et inclusive dans le panorama européen et méditerranéen.

Le Programme Interreg Italie-France Maritime 2014 – 2020 (PC IFM 2014-2020) a émis des règles de communication pour les différents projets financés avec un double objectif : celui de soutenir le PC-IFM dans la réalisation de ses objectifs généraux et spécifiques ; et celui de diffuser à un large public les résultats obtenus.

En termes d'objectif général, la stratégie de communication doit mettre en œuvre les dispositifs nécessaires à l'augmentation du niveau de connaissance, à la participation des citoyens au programme, aux politiques européennes en général et à l'augmentation des opportunités d'échange et de coopération offertes par le programme.

L'objectif spécifique de SEDITERRA s'inscrit dans le cadre de l'axe thématique du programme intitulé « Protection et valorisation des ressources naturelles et culturelles » en développant des lignes directrices pour la gestion durable des sédiments non immergeables de la zone Marittimo.

Il s'agit d'attirer l'attention du monde de la R&D et des opérateurs publics et privés, qui se trouvent notamment sur la zone concernée par le projet SEDITERRA, quant à l'importance de coordonner et développer des actions conjointes pour affronter les problématiques complexes de traitement et de gestion des sédiments pollués.

OBJECTIFS DU PROJET

Valoriser efficacement l'Europe

L'Europe est bien trop souvent vue ou présentée comme source de contraintes, alors que bon nombre de ses actions positives sont ignorées ou mal connues.

Par conséquent, il est important de faire connaître au plus grand nombre et en particulier au public concerné les avancées issues des projets initiés et financés par l'Union Européenne.

Ainsi, les actions et outils de communication proposés pour le projet SEDITERRA visent à atteindre les objectifs suivants :

- Promouvoir et diffuser la connaissance du PC IFM 2014-2020, ses objectifs et les résultats obtenus, en soulignant le rôle de l'UE dans le financement du nouveau programme et les caractéristiques de la coopération transfrontalière.
- Améliorer la diffusion d'informations sur les résultats de la coopération et les bonnes pratiques en matière de gestion de sédiments, en mettant en avant la capitalisation du retour d'expérience au moyen d'actions spécifiques de communication et d'information.
- Communiquer en direction des deux principaux groupes cibles directement concernés :
 1. L'opinion publique, comprenant les citoyens européens et plus particulièrement les citoyens de la zone de coopération transfrontalière.
 2. Les parties prenantes ou acteurs clé du secteur, comprenant les gestionnaires de ports, les structures institutionnelles, les organismes publics et privés ayant une expertise dans le domaine, le tissu économique et associatif.

OBJECTIFS DU PROJET

Faire prendre conscience de la problématique

Objectif de communication du projet 1 (OCP1) : informer sur la gestion des sédiments présents dans les ports et les grands fleuves, qui sont susceptibles d'impacter durablement les écosystèmes et à terme la santé des populations.

Objectif de communication du projet 2 (OCP2) : informer sur les enjeux en matière de développements éco-industriels, de filières de traitement et de valorisation des sédiments pollués, avec en corollaire les possibilités induites en matière de création d'emplois directs non délocalisables.

Objectif de communication du projet 3 (OCP3) : informer sur les enjeux d'une exploitation objective et vertueuse du capital que représentent les études menées de façon dispersées à la demande des différents acteurs, ainsi que sur les investissements publics engagés sur la problématique des sédiments pollués et de leur gestion à terre.

Objectif de communication du projet 4 (OCP4) : informer sur la nécessité de mettre en place un réseau de coopération afin de favoriser le transfert de technologies et une bonne diffusion des pratiques innovantes et de savoir-faire, en s'appuyant pour cela sur la capitalisation des études, tout en cherchant à favoriser la diffusion de l'innovation, la mise en place de standards communs et le développement d'une stratégie de coopération européenne.

Objectif de communication du projet 5 (OCP5) : sensibiliser l'ensemble des décideurs autour des enjeux de l'économie bleue et notamment de l'impact des pollutions sur le tissu économique territorial.

Objectif de communication du projet 6 (OCP6) : informer les élus du parlement européen en vue de l'évolution de la législation européenne.

OBJECTIFS DU PROJET

Promouvoir la capitalisation

Au niveau des Programmes INTERREG MARITTIMO, le parcours de capitalisation vise à identifier les bonnes pratiques et à les intégrer dans les stratégies et les expériences de planification de la programmation en cours et à venir, et aussi à faciliter l'échange de connaissances.

La capitalisation fait aussi partie intégrante du projet SEDITERRA, puisque ce dernier vise notamment à poursuivre le processus de capitalisation, initié au niveau français par CAP Sédiments, et à le compléter par les données des partenaires italiens qui seront utiles à la maîtrise du volume important de sédiments à traiter sur l'espace européen. L'absence de vulgarisation des données produites empêche leur exploitation par les utilisateurs finaux et ce besoin identifié a été pris en compte dans la conception des Guides de Réalisation et des Guides Techniques.

L'objectif final consiste à mutualiser les expériences et diffuser le rendu de solutions locales, qui ont déjà su apporter des réponses partielles à la problématique globale.

La mise en œuvre et le suivi d'opération pilote dans les 2 pays produiront des données et informations qui seront diffusées lors de colloques ouverts à tous, puis synthétisées, vulgarisées et mises en ligne pour un accès libre et gratuit.

Ainsi, par un processus de main streaming sera mise en perspective la structuration opérationnelle d'une activité de gestion d'un nouveau déchet public : le déchet sédiment.

S'inscrivant dans les objectifs définis dans la stratégie Europe 2020, le projet valorise aussi la production d'éco-matériaux issus de la gestion des sédiments pollués ou non.

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

Analyse des groupes cibles

Le Groupe cible 1 (GC1)

Les gestionnaires en charge de la gestion et du traitement des sédiments portuaires et fluviaux. Le groupe 1 cible en particulier les capitaines de ports de l'Aire Marittimo > l'objectif est de communiquer auprès de 150 contacts.

Groupe cible 2 (GC2)

Les Institutionnels, les services de l'Etat directement concernés par la problématique en charge de l'écriture de la réglementation et de son application et les décideurs politiques > l'objectif est de communiquer auprès des dirigeants des services, des directions concernés (6 français et 6 italiens) à charge pour eux de faire suivre l'information auprès de qui de droit.

Groupe cible 3 (GC3)

La communauté Scientifique travaillant sur la thématique est susceptible de relayer l'information ou d'inviter les représentants du projet lors de manifestations, séminaires, colloques, formations...> l'objectif est de communiquer auprès de 25 professeurs, à part égale si possible entre la France et l'Italie.

Groupe cible 5 (GC5)

Les médias, le tissu associatif, entrepreneurial et le grand public ...> l'objectif est de communiquer directement auprès de 1 000 contacts pour les médias, le tissu associatif et entrepreneurial et au moyen d'un site web à destination du grand public.

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

Communication type

La communication est une composante essentielle d'un projet et doit être considérée comme un facteur de succès. Sachant qu'une bonne communication permet d'obtenir de meilleures performances sur des projets ou des politiques menées.

De façon concrète, tout comme la gestion d'un projet suit une méthode, les actions de communication sont structurées et se déroulent en phase avec le projet.

Le Plan de communication étant l'aperçu structuré des actions de communication relatives au projet SEDITERRA, dans le respect de la stratégie de communication établie par le coordinateur du Projet, en étroite collaboration avec les différents partenaires.

Le Plan de Communication se structure en deux parties :

1. La communication interne avec le Comité de Pilotage et le Coordinateur Projet, entre le Chargé de Communication et l'ensemble des partenaires.
2. La communication Externe avec les utilisateurs/gestionnaires, les institutionnels, médias, associations, public... formelle (rapports, présentations, documents, e-mails, newsletters...) synchrone (échanges en réunions, colloques, manifestations...) ou asynchrone (e-mails, rapports d'étapes...)

L'intégration et le renforcement de l'activité de communication et d'information se fait au moyen de groupes de contacts classés par cibles : institutionnels, politiques, opinion publique et parties prenantes (partenaires du programme, bénéficiaires potentiels, acteurs multiplicateurs et bénéficiaires réels)

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

Communication par zone partenaire

Conseil Départemental du Var

Animation d'un Groupe de Travail Scientifique ayant pour objectifs de faire perdurer dans le temps le procédé de capitalisation en faisant émerger d'autres projets de R&D qui permettront d'enrichir le panel de solutions concrètes et opérationnelles que réclame la diversité des cas d'obligation de gestion à terre des sédiments.

Université de Gênes

Organisation d'une journée de présentation des actions scientifiques du projet dans le cadre de la Conférence Internationale SedNet (dixième édition, tenue à Gênes, au Palazzo San Giorgio du 14 au 17 juin 2017) pour susciter les échanges avec les acteurs de la R&D dans le domaine de la gestion des sédiments participant à la Conférence internationale SedNet : <http://sednet.org/events/sednet-conference-2017/>.

INSA de Lyon

Organisation d'une conférence sur le salon international POLLUTEC 2018 à Lyon (30 novembre 2018) dans le cadre des conférences du Village sites et sols pollués pour présenter les problématiques scientifiques, les perspectives industrielles et la perspective d'une harmonisation européenne.

DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

Listes des canaux disponibles

- Réunions (COPIL, réunions des référents partenaires, skype collectif, visite de sites...)
- Intranets des partenaires
- Newsletters internes des partenaires
- Mails
- Newsletters dédiées au projet
- Communiqués de presse
- Formulaire dédiés au projet
- Activités du réseau CAP Sédiments (élus, institutionnels)
- Réseaux scientifiques
- Fédération des Ports de Plaisances
- Manifestations sur la thématique ou les thématiques proches
- Une page Facebook
- Site internet dédié au projet avec un espace collaboratif
- Médias spécialisés
- Communication interne et externe INTERREG Marittimo
- Chambres consulaires (CCI), ADEME, Agence de l'Eau, mairies...

Correspondants projet

Le rôle des correspondants projet (COP) est d'organiser la mise en œuvre des actions prévues par le plan de communication et de relayer auprès des participants l'information en provenance du Coordinateur Projet* et du Chargé de communication**.

CD Var : Ilaria TIVOLLE*
Haute Corse : Pierre DOLFI
INSA de Lyon : Erwan TESSIER**
Province de PISE : Luca ANGHELE
Sardaigne : Alessandra ZOPPEDDU
DISTAV : Marco CAPELLO

sediterra@var.fr
pdolfi@haute-corse.fr
erwan.tessier@insa-lyon.fr
l.anghele@provincia.pisa.it
azoppeddu@regione.sardegna.it
capello@dipteris.unige.it

MOYENS MIS EN ŒUVRE

MOYENS MIS EN ŒUVRE

Ressources dédiées

Moyens humains

La réalisation des actions d'information et de communication relèvent des tâches du coordinateur scientifique du projet (INSA de Lyon) qui s'appuie sur son propre prestataire (INSAVALOR – PROVADEMSE spécialisée en services d'appui à la R&D) pour la gestion des outils de communication, sur les correspondants des différents partenaires pour des actions spécifiques et sur le coordinateur général du projet (CD Var) pour la traduction

Supports de communication

Brochures - Plaquettes - Poster

Affiches & Fresques

Kakemonos

Goodies

Site internet : www.sediterra.net

Mailing ciblés

Dossier de presse - Communiqués de presse

Une newsletter dédiée (6 campagnes)

L'édition de 3 guides CAP Sédiments

L'édition d'un document « Lignes directrices finales »

Films pédagogiques

MOYENS MIS EN ŒUVRE

Budget dédié

Total budget communication : 248 542.75€

Budget total de la Communication par partenaire

CD Var : 74 169,00 €

INSA DEEP : 55 534,34 €

ISPRA : 28 497,02 €

PISA : - €

DISTAV : 42 950,00 €

RAS : 36 535,00 €

CD2b : 10 857,60 €

Budget total de la Communication par périodes

P1 : 24 743,09 €

P2 : 61 279,10 €

P3 : 40 888,88 €

P4 : 41 524,73 €

P5 : 32 631,66 €

P6 : 47 475,29 €

Détail des budgets de la traduction intégrée à la Communication

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
CD Var	2000 €	5000 €	3000 €	3000 €	3000 €	5000 €	21000 €
RAS	-	1800 €	900 €	900 €	900 €	900 €	5400 €
CDC	1670,40 €	1670,40 €	1670,40 €	-	-	1670,40 €	6681,60 €
TOTAL =							33 081,60€

MOYENS MIS EN ŒUVRE

Communication évènementielle

- 13/06/2017** Participation au colloque scientifique SEDNet (Gênes Italie)
- 28/06/2017** Participation aux Journées Var Europe (Toulon France)
- 18/09/2017** Kick-off de lancement et inauguration officielle des installations scientifiques de SEDITERRA par l'INSA de Lyon à la Seyne sur Mer (France)
- 30/11/2018** Conférence au salon POLLUTEC 2018 – Village SSP (Lyon) intitulée « Gestion à terre des sédiments – Problématiques scientifiques, perspectives industrielles, vers une harmonisation européenne ?
- 18/12/2019** Colloque de restitution du projet SEDITERRA

PHASES DU PROJET

PHASES DU PROJET

Élaboration de la stratégie

La stratégie de communication est l'art de diriger et de coordonner les actions nécessaires pour atteindre ses objectifs de communication. Elle consiste à :

- Déterminer les cibles auxquelles va s'adresser la communication
- Définir le message qui va leur être transmis
- Définir les objectifs de communication liés au projet
- Choisir des supports et canaux de communication adaptés
- Réaliser un plan de communication
- Établir un budget de communication

Le plan de communication liste et planifie les actions préconisées par la stratégie de communication.

Il revêt la forme d'un planning répertoriant les manifestations ou rendez-vous importants pour faire passer au mieux le message (salons, colloques, forum, séminaires, formations...) et les actions déclinées à l'occasion de chacun d'eux (e-mailing, envoi d'un communiqué de presse, animation du site web, création de supports et visuels, interview radio/télévisé...).

Pour résumer l'élaboration de la stratégie passe par 5 points essentiels :

1. Analyser les secteurs et définir la problématique au cœur du projet
2. Définir précisément la ou les cibles de la communication
3. Établir le ou les messages à véhiculer
4. Lister toutes les actions de communications à réaliser
5. Établir le Plan de communication

Les orientations stratégiques du Plan de Communication :

- Le positionnement de la Communication

Le positionnement doit refléter dans les mots les grands axes de la stratégie de communication (l'innovation, la formation, le développement durable, la coopération, ...)

- Valoriser l'exemplarité et la proximité des projets et des acteurs

Il s'agira de développer une communication déclinant les enjeux clés du programme - thèmes et objectifs, sélectivité des projets et des bénéficiaires - puis de valoriser des projets exemplaires et les acteurs impliqués dans les projets sélectionnés.

- Favoriser l'émergence d'un « réflexe Europe »

D'une manière générale, le citoyen sera placé au cœur du système pour qu'il devienne à son tour relais auprès de ses pairs, des utilisateurs et des autres relais.

- Privilégier un rythme « lissé » pour la communication

Le rythme de la communication sera lissé dans la durée pour éviter les effets pervers d'une communication par à-coups et maintenir une présence régulière de la communication sur l'Europe, auprès des différents publics entre chaque grande phase d'annonce.

PHASES DU PROJET

Communication interne

Chaque partenaire du projet doit avoir à l'esprit que pour faire appliquer une stratégie de communication, cette dernière doit être connue de l'ensemble de ses parties prenantes, notamment de ses publics internes.

Concrètement, la diffusion du plan de communication peut prendre diverses formes en fonction de l'objet même de la communication (communiqué-t-on à ses collaborateurs ou ses services l'intégralité du plan ou une partie seulement ?) et des publics visés (les élus, le management, l'ensemble des collaborateurs,). La diffusion interne du plan de communication s'accompagne d'une communication sur :

- Sa raison d'être (pourquoi un plan de communication ?),
- Ses modalités d'utilisation (comment le plan va-t-il être mis en œuvre ?),
- Le planning des réalisations (quand le plan sera-t-il mis en œuvre ?),
- La contribution attendue des différentes parties prenantes (que signifie le plan pour les publics internes ?).

De nombreux moyens contribuent à augmenter la médiatisation interne du plan de communication, par exemple :

- les sessions d'information
- la diffusion sur l'intranet
- la publication d'un article dans le journal interne
- ...

Le Plan de Communication laisse le libre choix aux partenaires

PHASES DU PROJET

Actions de communication

CD Var

- Impression d'outils de communication (posters, kakémonos, affiches, etc.)
- Traduction Italien vers Français (site web, documents/outils de communication, livrables Sediterra, guides cap-sédiments, traduction simultanée événements / kick off / copil)
- Organisation Kick Off et événement de clôture finale

INSA de Lyon

- Via sous-traitance :
 - Charte graphique, logo, masque de présentation, création de poster et kakemono
 - Interface web SEDITERRA
 - Gestion, maintenance du site Cap-Sédiments
 - Mise en forme de la traduction italienne du site Cap-Sédiments
 - Edition et envoi de Newsletters semestrielles
 - Mise en forme de 3 nouveaux Guides en Français
 - Mise en forme de 3 nouveaux Guides en Italien
 - Mise en forme de 2 anciens Guides en Italien
- En direct :
 - Rédaction et diffusion de deux articles scientifiques sur le comportement biologique des sédiments riche en matière organique et la mobilisation des polluants métalliques sous l'effet de la bioévolution
 - Organisation et animation d'un workshop dans le cadre de POLLUTEC 2018, sur la thématique de la gestion à terre des sédiments
 - Préparation et présentation d'une conférence sur la gestion des sédiments à terre en France (guide VNF) et sur la qualification européenne des écotechnologies de valorisation matières (dispositif ETV) par Jacques Méhu, expert français auprès de la Commission Européenne
 - Rédaction et présentation d'une communication technique et scientifique sur le comportement des sédiments dans le cadre de scénarios de valorisation en génie civil
 - Présentation et valorisation des résultats de l'ensemble du programme

DISTAV

- Organisation et réalisation d'un événement le 13 juin 2017 à Gênes, au Palazzo San Giorgio : présentation des actions scientifiques du Projet par les différents partenaires en une journée dans le cadre de la Conférence Internationale SedNet (dixième édition, tenue à Gênes, au Palazzo San Giorgio du 14 au 17 juin 2017). L'événement comprend la traduction simultanée de l'italien et du français vers l'anglais (produite par l'agence de traduction ComeDire à Gênes) pour augmenter le nombre de personnes joignables et permettre aux participants à la Conférence internationale SedNet (Conférence en anglais) d'apprécier ce qui est présenté par les partenaires. Le programme de l'événement est inclus dans le programme SedNet et est visible sur la page <http://sednet.org/events/sednet-conference-2017/>.
- 500 blocs de format A4, 90 g de papier, 50 feuilles, avec support dorsal en carton gris 400 g, avec impression du logo du projet, du slogan du programme et du logo des partenaires multicolores sur les 50 feuilles.
- 500 stylos à une couleur Logo du projet
- 500 Porte-clés flottant avec une couleur Logo du projet (Goodies)
- 1000 Signets en carton 5 x 21 cm, avec logo du projet, présentation du projet en deux langues (ITA-FRA), slogans du programme et logo des partenaires
- Réalisation de 3 vidéos bilingues de 10 minutes chacune pour la présentation du projet (e-learning ou vidéos interactives)
- Publication d'articles scientifiques dans des revues internationales
- Participation à des congrès nationaux et internationaux (p. ex. SedNet) avec affiches et communications orales
- Rencontres avec des élèves du secondaire
- Diffusion des produits obtenus

CDC

- Traduction de documents et livrables

ISPRA

- Communication via les canaux de communication ISPRA (page Web de l'Institut) et la presse locale
- Organisation du copil Livourne en 2017 et (selon subsides budget) organisation d'évènements en 2018 et 2019

RAS

- Traduction Français vers Italien
- Organisation d'un évènement (diffusion résultats et valorisation) en Sardaigne dans la période p4
- Organisation d'un évènement en Sardaigne (diffusion résultats et valorisation) dans la période P5

PHASES DU PROJET

Suivi et adaptation

La crédibilité et la bonne mise en œuvre du plan de communication sont renforcées par l'existence d'une procédure de suivi. Celle-ci s'articule notamment autour de tableaux de bord, d'un Comité de Suivi et du rappel constant de la raison d'être du plan.

Le Comité de Suivi rappelle l'importance d'une stratégie globale autour de laquelle l'ensemble des actions doit être coordonné, examine les tableaux de bord, analyse les résultats et propose des mesures correctrices, si nécessaire. Le Comité de Suivi utilisera le procédé de l'analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats) pour examiner quels sont les points forts et les points faibles internes, et quelles sont les opportunités et les blocages pour le bon déroulement de la communication.

Un rapport régulier auprès des équipes impliquées est également garant de la bonne mise en œuvre du plan de communication de l'organisation.

Le Comité de Suivi est chargé de :

- Veiller au bon déroulement des actions de communication
- Appuyer les partenaires impliqués dans la mise en œuvre des actions de communication
- Sensibiliser à la communication les partenaires, le porteur du projet et diffuser des bonnes pratiques
- Mettre en œuvre l'évaluation du plan de communication avec l'appui du Chargé de Communication
- Préparer les rapports au Comité de Pilotage et le bilan annuel

PHASES DU PROJET

Évaluation et débriefing

La méthode de mesures et de résultats s'appuie sur une analyse des résultats par le biais d'une grille d'éléments communs.

DEBRIEFING :

- La participation des intervenants dans le projet
- La gouvernance du projet
- La transférabilité / diffusion des résultats
- La taille/volume des productions par partenaires au projet
- La contribution significative aux objectifs définis par le Programme de financement INTERREG MARITTIMO à ceux d'Europe 2020
- La durabilité des opérations et du partenariat
- L'impact territorial
- Le degré d'activités partagées entre les membres du partenariat
- Le caractère innovant du projet
- L'identification et la synthèse des facteurs critiques et des bonnes pratiques.

EVALUATION :

1. Comparaison réalisation et prévision
2. Atteinte ou non des objectifs
3. Cohérence de moyens mis en œuvre au regard des réalisations et résultats obtenus.
4. Efficience : Les réalisations et les résultats étaient-ils à la hauteur des moyens mobilisés ? La communication a-t-elle été menée dans les espaces géographiques identifiés comme prioritaires ?
5. Pertinence : les objectifs choisis étaient-ils judicieux au regard de l'enjeu visé ? Étaient-ils vraiment mesurables ?
6. Synthèse sur l'ensemble du projet
7. Quelles préconisations pour l'avenir ?



CONTACTS

L'équipe SEDITERRA
Conseil Départemental du Var
sediterra@var.fr

Erwan TESSIER
INSA de Lyon
erwan.tessier@insa-lyon.fr

Emmanuel VERNUS
PROVADEMSE
emmanuel.vernus@provaDEMSE.com

CHARTE GRAPHIQUE

Projet SEDITERRA

Programme Interreg ITALIE-FRANCE MARITIME

0.

INTRODUCTION

La charte graphique définit et regroupe l'ensemble des règles fondamentales d'utilisation du logo SEDITERRA et de l'identité visuelle du projet.

Elle suit les principes édictés dans le document de référence concernant l'identité visuelle du Programme Interreg Italie-France Maritime 2014-2020 (PC IFM).

A chaque référence à ce document, les citations seront présentées sous la forme suivante :

Citations du document de référence présentées sous la forme suivante

1.

LE LOGOTYPE

Logo graphique

La représentation graphique du projet est adossée à droite du logo du programme.

L'imbrication des losanges marque le signe de la coopération entre l'Italie et la France, les losanges eux-mêmes faisant référence à des matériaux.



Version avec acronyme

L'acronyme du projet est ajouté sous le nom du programme.

Police : Monserrat

Couleur : Rouge pastel



Le logo est toujours obligatoire (sur tous les supports et matériels de communication) et occupe toujours une position de premier plan.

Le logo standard à utiliser est la version couleur.

Cette version doit toujours être utilisée lorsque cela est possible.

Il est conseillé d'écrire le nom du projet de la couleur correspondante à l'objectif thématique.

Déclinaisons



Intégration

L'espace libre autour du logo doit être d'au moins une unité.

Il est conseillé de ne pas imprimer un logo d'une taille inférieure à 50 mm (côté long).



Mauvaise utilisation

- Ne pas ajouter d'autres éléments au logo
- Ne pas déformer le logo

Ces consignes concernent également le logo du projet.



2.

**LES AUTRES
ELEMENTS**

Slogan

En plus du logo, le programme Interreg Italie-France Maritime 2014-2020 a décidé d'utiliser une phrase qui valorise son action.

Le slogan doit nécessairement être cité et inséré dans/sur les supports ou matériels de communication lorsque la dimension le permet.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo

La coopération au coeur de la Méditerranée

Slogan en italien et en français.

Police : Monserrat - Couleur : Reflex Blue.

Icône

Des icônes et des couleurs ont été assignés à chacun des 11 objectifs auxquels les Programmes cofinancés doivent faire référence.

Le projet SEDITERRA s'intègre dans la composante 5 :



5.
Promouvoir l'adaptation aux changements climatiques, la prévention et la gestion des risques



Les icônes doivent toujours être utilisées lors d'une communication sur les objectifs, en particulier à l'égard des bénéficiaires et des bénéficiaires potentiels.

Partenaires

Il est demandé d'utiliser les logos des partenaires du projet SEDITERRA autant que possible sur tous les documents internes et outils de communication.

Ils doivent apparaître dans les mêmes proportions et dans l'ordre suivant :



**Département
du VAR**



**Institut National
de Sciences
Appliquées de
LYON**



**Istituto Superiore
di Protezione
e Ricerca
Ambientale**



**Università
Genova
Laboratorio
DISTAV**



Provincia Pisa



**Regione
Autonoma
Sardegna**



**Collectivité
de Corse**

Les logos des partenaires peuvent être fournis au format JPG.

3.

LES COULEURS

3.


Les couleurs du logo Interreg s'inspirent des couleurs du drapeau de l'Union Européenne.

La couleur **Reflex Blue** est préconisée notamment pour l'écriture du slogan.

Couleur du thème

Le **Rouge pastel** est la couleur choisie pour l'objectif thématique 5 auquel s'intègre le projet SEDITERRA.

Il est préconisé notamment pour l'écriture du nom du projet dans le cadre du logo avec acronyme.

	COLOUR	PANTONE	CMYK	HEX	RGB
	Reflex Blue	Reflex Blue	100/80/0/0	003399	0/51/153
	Light Blue	2716	100/89/22/8	9FAEE5	159/174/229
	Yellow	Yellow	100/89/22/8	FFCC00	255/204/0
		206 U	4/86/43/0	#e34063	227/64/99

4.

LES TYPOGRAPHIES

Polices de caractères

Afin de préserver l'harmonie des actions de communication, les Polices à utiliser sont : **Montserrat**, **Open Sans**, **Vollkorn**.

Il est également possible d'utiliser la Police **Arial**.

Montserrat Regular Montserrat Bold

Open Sans Font Family
Open Sans Bold
Open Sans Semibold
Open Sans Regular
Open Sans Italic

Vollkorn Font Family
Vollkorn Bold
Vollkorn Regular
Vollkorn Italic

Pour le Programme et les logos des projets, la Police **Montserrat** a été choisie pour sa ressemblance avec le logo Interreg.

Pour toutes les autres applications (ensemble du texte et titres) la Police choisie est l'**Open Sans**. Sa grande variété de graisses et de styles la rend très polyvalente.

La Police **Vollkorn** pourra être utilisée en alternative à Open Sans.

Les Polices peuvent être téléchargées en ligne :

Montserrat : <https://www.fontsquirrel.com/fonts/montserrat>

Open Sans : <https://www.fontsquirrel.com/fonts/open-sans>

Vollkorn : <http://www.fontsquirrel.com/fonts/vollkorn>

5.

LES APPLICATIONS

Papier à en-tête

Format : A4



Masque POWER POINT



Guides de réalisation

Exemple de couverture :



Stand



CHARTE GRAPHIQUE

Projet SEDITERRA

Programme Interreg
ITALIE-FRANCEMEDITERRANEE