



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Collaborative Network for Career-building,
Training and E-learning [CONNECTE]

CONNECTE PLAN DE COMMUNICATION

NOM DU PROJET:
COLLABORATIVE NETWORK FOR CAREER-BUILDING, TRAINING, AND E-LEARNING /
CONNECTE

ERASMUS+ CAPACITY BUILDING IN THE FIELD OF HIGHER EDUCATION

PRÉPARÉ PAR: SYLVIE DEVIGNE, NIZAR, HARIRI, MIREILLE EL-RAYESS, ELIE HAYEK,
YOUNESS MACHICHI

PROJECT QUALITY PLAN VERSION CONTROL

Version	Date	Auteurs	Description des changements
1	20/08/2020	Sylvie Devigne & Nizar Hariri	1er document / revu par Mireille el Rayess et Youness Machichi
2	16/02/2021	Sylvie Devigne & Nizar Hariri	2 nd draft / Validé

ERASMUS+ CONECTE

PLAN COMMUN DE COMMUNICATION

- Résumé
- Documents pertinents

- Introduction
 - Présentation de la nature du projet
 - Présentation et finalité du plan de communication
 - Aspects budgétaires et organisationnels du WP8
 - Risques assumés et présupposés

- I. Objectifs de communication et dissémination
 - A. Nature et valeur des objectifs de communication interne
 - B. Nature et valeur des objectifs de communication externe
 - C. Nature et valeur des objectifs de communication de dissémination

- II. Axes de communication principaux (idées directrices)
 - A. Communication interne
 - B. Communication externe
 - C. Communication de dissémination
 - Visibilité des données et des analyses macro-économiques
 - Visibilité et attractivité de l'EAV et de ses modules de formation
 - Propagation de l'évaluation en situation de travail et de la formation par alternance
 - Valorisation du réseautage entres acteurs économiques, universitaires et publics

- III. Organisation, moyens, supports et programmation de la communication
 - A. Communication interne
 - B. Communication externe et de dissémination
 - C. Calendrier des activités de communication

- IV. Résultats
 - A. Indicateurs de satisfaction des objectifs de communication
 - B. Recueil des indicateurs de satisfaction

- V. Annexes

Résumé

Ce document introduit le « Plan commun de Communication » du projet financé par la Commission Européenne CONECTE .

L'objectif principal de ce Plan commun de communication est d'accroître la visibilité du projet CONECTE au niveau local, européen et international. Il vise ainsi à accompagner les différentes activités du projet et à renforcer leur ancrage et leur dissémination. Ce plan présente la stratégie de communication et de diffusion et son plan d'action pour toute la durée du projet (36 mois), ainsi que ses indicateurs de réussite.

Ce Plan commun de communication traite de la communication interne, y compris celle en lien avec la Commission Européenne, de la communication externe sur le projet dans sa globalité, outil de valorisation de l'engagement des partenaires, ainsi que de la communication de dissémination ciblée sur les actions du projet pour garantir la visibilité des activités et des livrables des différents lots d'exécution du projet.

Documents pertinents

	Type de document	Titre
Numéro de l'accord de subvention	Contractuel	Accord de subvention
Accord de consortium	Contractuel	Accords de partenariat
Assurance de la qualité (WP...)	Procédural	Plan de qualité

Introduction

Présentation de la nature du projet

Le principal objectif de ce projet est d'améliorer l'employabilité des étudiants et des diplômés, sur tous les secteurs marqués par la révolution numérique. D'où la nécessité d'identifier les besoins futurs de compétences numériques dans tous les domaines touchés pour vérifier leur véritable acquisition ou non par les diplômés de l'université, et d'offrir des formations innovantes (cours en ligne, évaluation en situation de travail et formation par alternance) pour atténuer, voire résorber, l'écart entre compétences numériques des diplômés et compétences attendues. Ce projet, par cette approche innovante, prévoit donc de produire un meilleur système d'information sur le marché du travail, de développer un Environnement d'apprentissage virtuel (EAV) collaboratif, et d'introduire au Liban un cadre pour l'évaluation en situation de travail et la formation par alternance. Il ambitionne également de créer une véritable synergie entre les différents acteurs de l'employabilité (entreprises, universités, centres d'orientation et d'innovation, chambres de commerce, etc.), et de garantir la pérennisation des réalisations.

Ainsi, pour atteindre son objectif, ce projet mettra en œuvre quatre innovations majeures :

-WP 2 : Des études macroéconomiques chargé de prévoir les tendances du marché du travail impacté par le numérique. Le fruit de ces études sur le marché de l'emploi permettra aux étudiants et aux diplômés d'optimiser leurs décisions d'orientation professionnelle. Les établissements d'enseignement pourront de leur côté renforcer leur environnement académique professionnalisant et adapté au marché.

- WP 3-4 : Création d'un Environnement d'apprentissage virtuel (EAV) collaboratif pour la production et le partage de contenus pédagogiques innovants (création d'un environnement numérique spécialisé dans le tournage, l'enregistrement, l'édition et la numérisation de contenu en ligne), afin d'atténuer le manque de compétences numériques des étudiants, des enseignants, des diplômés et des professionnels. Cette plateforme virtuelle collaborative doit contribuer à une transition effective vers l'emploi des diplômés.

- WP5 : Un cadre libanais pour l'évaluation en situation de travail et la formation par alternance. Par cette approche innovante, le projet vise à créer de solides liens entre l'université et les entreprises, et à s'appuyer sur les expériences de terrain pour confirmer la maîtrise des compétences des étudiants. Introduire la formation par alternance au Liban est un moyen sûr de sensibiliser le public et les institutions de l'importance de ce modèle d'organisation qui fait ses preuves dans de nombreux pays.

- WP6: La construction d'un réseau de structures existantes au sein des universités et des centres implantés à travers de précédents projets européens (centres de carrières, services d'orientation, bureau d'universités-entreprises, observatoires, centres d'innovation,etc...), en incluant une vaste gamme d'entreprises et de partenaires socio-économiques, est une nécessité pour le projet car elle vise à créer de la synergie et des effets multiplicateurs.

Présentation et finalité du plan commun de communication

Ce document est un des piliers du projet CONECTE, son objectif principal étant d'accroître la visibilité du projet au niveau local, européen et international. Il vise ainsi à accompagner les différentes activités du projet et à renforcer leur ancrage et leur dissémination. Ce plan présente la stratégie de communication et son plan d'action pour toute la durée du projet (36 mois), ainsi que ses indicateurs de réussite. A l'issue du financement du projet par la Commission Européenne, un plan de communication spécifique à la pérennisation du projet fera l'objet d'un document complémentaire.

La communication et la diffusion sont en effet au cœur des activités du projet CONECTE, à la fois pour faire rayonner le projet, mais aussi pour épauler ses développements stratégiques:

- Fournir un soutien actif aux étudiants, jeunes et diplômés dans leur transition vers le marché du travail en améliorant la diffusion de la culture numérique tout en renforçant la communication et la collaboration entre les universités et les potentiels employeurs,
- Promouvoir l'évaluation en situation de travail et la formation par alternance, en lançant une campagne de sensibilisation et de dialogue social,
- Renforcer les synergies, en fondant une plateforme collaborative et un réseau d'opérateurs aux effets multiplicateurs, en s'appuyant sur les liens effectifs entre la formation et le travail déjà développés à travers les précédents projets européens,
- Défendre les méthodes d'enseignements novatrices pour faire émerger une adhésion du public et diffuser ces nouvelles pratiques parmi un public plus ciblé issu des secteurs publics et privés.

Ce plan commun de communication s'appuie donc sur trois types de communications :

- La communication interne, y compris celle en lien avec la Commission Européenne

La communication interne vise à garantir une bonne circulation de l'information entre les partenaires du projet CONECTE et la Commission Européenne. Dans un souci de transparence mais également d'efficacité et de coordination, il s'agit de leur permettre de se repérer et d'avoir des informations plus éclairantes sur l'évolution du projet.

- La communication externe pour oeuvrer à la notoriété du projet

La communication externe est un préalable indispensable à la dissémination. Elle vise à donner de la notoriété au projet aux niveaux national et international. Le nom "CONNECTE" doit rapidement acquérir ses lettres de noblesse.

- La communication de dissémination ciblée sur les actions du projet pour garantir la visibilité des activités et des livrables des différents lots d'exécution du projet:
 - WP 2 - Visibilité des données et des analyses macro-économiques
 - WP3&4 - Visibilité et attractivité de l'EAV et de ses modules de formation
 - WP 4 - Propagation de l'évaluation en situation de travail et de la formation par alternance
 - WP 6 - Valorisation du réseautage entre acteurs économiques, universitaires et publics

Aspects budgétaires et organisationnel du WP8

Le WP8 est un lot de communication coordonné par l'USJ (P1). Sa mise en œuvre nécessite la somme de 45.000 euros, dont environ 30.000 euros pour les coûts de personnel, car la communication exige un engagement humain important pour assurer une visibilité optimale de l'EAV au niveau international.

Il est articulé autour de 4 sous-parties:

- WP 8.1 Plan de communication
- WP 8.2 Dissémination de l'information sur le projet
- WP 8.3 Stratégie de dissémination avec les partenaires européens
- WP 8.4 Conférence de clôture

L'unité de communication, composée d'une équipe de l'USJ, est chargée de l'élaboration du plan de communication et de veiller au respect de son application. Les partenaires du projet, notamment les coordinateurs de lots, devront donc coordonner leurs actions dans le respect du présent plan de communication.

Le Plan de communication doit être validé par le "comité d'organisation"(comité exécutif), il comprend:

- le plan de communication interne
- le plan de communication externe
- le plan de communication de la dissémination

Risques assumés et présumposés

- Incertitude quant au désir de développer et de partager de nouvelles compétences numériques
- Niveau de motivation incertain de l'engagement social virtuel
- Visibilité peut-être pas assez suffisante des universités libanaises engagées dans le processus de diffusion de contenu numérique

I- Objectifs de communication et de visibilité

Il est nécessaire de développer une stratégie de communication efficace afin de motiver la communauté universitaire à se mobiliser et garantir une participation pérenne. Cette stratégie doit s'appuyer sur la communication numérique, en créant un site web dédié au projet et des comptes sur les réseaux sociaux. Elle doit aussi produire des supports de vulgarisation pour la dissémination de ses actions : infographies, brochures, posters, vidéos, etc.

Le champ visé par cette stratégie de communication porte prioritairement sur le Liban (secteur de l'éducation et de l'enseignement supérieur, monde professionnel et secteur public). Il gagnerait toutefois à viser également une dissémination internationale, notamment pour garantir la visibilité et la reconnaissance de la plateforme de formation (Environnement d'apprentissage virtuel – EAV), pour qu'elle soit enrichie de contenus et qu'elle touche un très large public.

A. Nature et valeur des objectifs de communication interne

Pour garantir une communication interne efficiente, ses objectifs s'articulent en quatre dimensions :

- Partager les valeurs du projet :
 - Veiller à la bonne compréhension du projet
 - Maximiser les synergies et la communication entre les Work Packages
- Impliquer et valoriser les membres du projet :
 - Encourager les membres à s'investir dans les activités
 - Encourager les échanges de bonnes pratiques
 - Mettre en lumière les réalisations individuelles réussies
 - Mettre en place un processus de transmission agile de documentation à l'équipe de communication
- Informer les membres sur l'évolution du projet :
 - Optimiser le flux de communication général entre les partenaires
 - Mettre à disposition des membres la documentation relative au projet et aux diverses actions.
- Informer la Commission Européenne (ERASMUS+) sur l'évolution du projet :
 - Faciliter la communication avec la Commission Européenne sur l'avancement et les résultats du projet
 - Assurer un reporting optimal sur les modifications et/ou le changement du calendrier des activités

Les cibles:

Groupe ciblé	Profil de l'audience ciblée
<ul style="list-style-type: none"> - Partenaires du projet - Commission Européenne et Bureau national Erasmus+ - Partenaires associés 	<ul style="list-style-type: none"> - Les membres impliqués dans le projet, les décideurs - Le contact UE, le personnel du point national Erasmus+ - Les experts des Ministères

B. Nature et valeur des objectifs de communication externe

Donner de la notoriété au projet, d'abord au niveau national, au Liban, puis au niveau international, notamment en Europe, est l'objectif principal de la communication externe du projet CONECTE.

Il s'agit d'informer le grand public sur la portée et les objectifs du projet, la raison de sa création, ses partenaires et ses résultats attendus à court terme ainsi que les effets escomptés à long terme, à travers divers types d'actions de communication :

- Organiser un événement médiatique, tel qu'une conférence de presse
- Fournir des articles ou des données à la presse et sur les réseaux sociaux :
 - Divulguer des résultats partiels du projet
 - Diffuser des succès-storys et la mise en lumière d'actions individuelles
 - Diffuser des indicateurs éclairants pour faire le buzz
 - Communiquer les résultats et les conclusions du projet
- Organiser des webinars grand public sur les sujets spécifiques du projet
- Participer activement aux activités publiques du Bureau national Erasmus+

Les cibles:

Groupe ciblé	Profil de l'audience ciblée
Partenaires externes, secteur public, grand public	Universités hors-consortium, Bureau National de l'emploi, Universités hors-consortium, Start-ups et incubateurs, Autorités publiques, ONG, Médias, étudiants, partenaires socio-économiques

C. Nature et valeur des objectifs de communication de dissémination

Les objectifs de la communication de dissémination s'articulent dans une logique matricielle.

	Faire connaître le projet / sensibiliser	Faire aimer le projet / Éveiller un intérêt	Faire agir / Créer un engagement
<p>Axe 1 - Les données et analyses macro-économiques (WP2)</p> <p><i>(La rareté des données et des analyses utiles à l'orientation est un atout pour l'intérêt que susciteront les résultats des enquêtes macro-économiques)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Diffuser les données et les indicateurs marquants sur les réseaux sociaux et à travers la presse 	<ul style="list-style-type: none"> - Inciter les centres d'orientation à capitaliser sur les résultats en les encourageant à diffuser les résultats par l'organisation de webinaires - Inciter les Chargés de maquette de formation au sein des universités à s'inspirer des résultats par l'organisation d'une communication interne et spécifique à chaque partenaire 	<ul style="list-style-type: none"> - Encourager les enseignants et les professionnels à participer aux enquêtes par l'organisation de réunions et rencontres et par l'organisation d'une communication interne à chaque partenaire
<p>Axe 2 - L'EAV et ses modules de formation (WP3&4)</p> <p><i>(La durée de vie d'une plateforme dépend à la fois de son alimentation et de son utilisation)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Communiquer sur l'existence de la plateforme EAV - Communiquer sur les modules mis en ligne 	<ul style="list-style-type: none"> - Inciter les étudiants à suivre les modules par la diffusion de vidéos attractives et des webinaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Encourager les enseignants à développer du contenu par la diffusion d'un guide vulgarisé sur l'EAV - Encourager les responsables de formation à intégrer des modules dans leur maquette
<p>Axe 3 - L'évaluation en situation de travail et de la formation par alternance (WP5)</p> <p><i>(Toute approche novatrice nécessite des actions de sensibilisation fortes et ciblées.)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Communiquer sur ces approches innovantes auprès des universités, des entreprises et du Ministère de l'enseignement par l'organisation de webinaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Relayer des success-story sur les réseaux sociaux et dans la presse 	<ul style="list-style-type: none"> - Encourager les universités et les entreprises à mettre en œuvre ce type de processus par la présentation de success-story et d'une brochure sur le processus - Encourager le Ministère à reconnaître l'alternance par la présentation de success-story

<p>Axe 4 - Réseautage entres acteurs économiques, universitaires et publics (WP6)</p> <p><i>(Le projet dépend aussi de la force du réseau à constituer et de son attractivité.)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Faire connaître le projet de réseautage par la diffusion d'une brochure sur une mailing-list 	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en lumière les valeurs du réseau par la réalisation d'une brochure attractive 	<ul style="list-style-type: none"> - Encourager les acteurs concernés à adhérer au réseau par l'organisation de webinaires, de réunions et de visites
--	--	--	--

Les cibles:

	Groupe ciblé	Profil de l'audience ciblée
<p>Axe 1 - Les données et analyses macro-économiques (WP2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les écoles - Les universités - Les ministères concernés 	<p>Elèves, étudiants, diplômés Doyens et Chefs de départements, Chargés de Maquette de formation</p>
<p>Axe 2 - L'EAV et de ses modules de formation (WP3&4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les universités (au Liban et à l'international) - les entreprises 	<p>Étudiants, diplômés, employés Enseignants, créateurs de contenus</p>
<p>Axe 3 - L'évaluation en situation de travail et de la formation par alternance (WP5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - les entreprises - les responsables universitaires - les ministères concernés 	<p>Décideurs, Doyens</p>
<p>Axe 4 - Réseautage entres acteurs économiques, universitaires et publics (WP6)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Centres créés par des projets européens - Universités - Entreprises et syndicats professionnels - Chambres de commerce et Ministères 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsables de centres - Responsables de l'employabilité - DRH - ...

II- Axes principaux de communication (idées directrices)

A. Communication interne

« Un consortium connecté et collaboratif.
CONNECTE, un projet Erasmus+ Liban-Europe ouvert et connecté. »

B. Communication externe

« Connecter le marché aux formations.
CONNECTE, un projet Erasmus+ Liban-Europe ouvert et connecté. »

C. Communication de dissémination

La communication de dissémination s'articule autour de quatre axes qui doivent produire cinq impacts majeurs.

- **Axe 1 - Les données et analyses macro-économiques (WP2)**

« Connaître les compétences attendues par le marché du travail. CONNECTE, un projet Erasmus+ Liban-Europe connecté au marché. »

Idée à diffuser	Message
Meilleure collaboration entre les universités et les entreprises	Fournir des données et des analyses macro-économiques fiables sur les tendances du marché du travail
La formation par alternance est une méthode très efficace pour réduire l'écart entre compétences acquises et attendues	Pour assurer un dialogue social sur la formation par alternance entre les universités, les entreprises, les associations professionnelles et le secteur public

- **Impact 1:** Amélioration de l'information sur le marché du travail à travers des études prévisionnelles et une plus grande intégration du système d'information sur l'avenir des techniques dans le but de réduire le décalage entre l'offre et la demande en compétences. Cet impact implique l'amélioration de l'orientation des apprenants (lycéens, étudiants, diplômés,...) à travers les centres de carrière et d'orientation des universités et des écoles en diffusant de l'information capitale sur le management des carrières et les évolutions futures des secteurs touchés par le numérique.

Axe 2 - L'EAV et ses modules de formation (WP3&4)

« S'ouvrir et se former en ligne à de nouvelles compétences.
 CONECTE, un projet Erasmus+ Liban-Europe ouvert et connecté. »

Idée à diffuser	Message
Formation de qualité pour tous	Diffuser la culture de l'engagement dans la communauté à travers le e-learning
Réseau collaboratif en ligne entre les universités	Optimiser la dissémination de nouveaux contenus de formation en ligne auprès des étudiants et diplômés
Une offre de formation sur une plateforme en ligne, libanaise et durable (EAV) (Une bibliothèque libanaise durable)	Accompagner les universités libanaises dans leur transition numérique

- **Impact 2:** Production d'un EAV collaboratif et diffusion de son contenu: éducation numérique gratuite et inclusive, ainsi que des formations en ligne dans le prisme de faire émerger une conscience de l'importance du partage des savoirs, et de la culture de l'engagement social à travers le numérique.
- **Impact 3:** Diffusion de la culture numérique et développement de contenus en ligne pour accompagner les attentes du marché en compétences numériques. Trois niveaux de compétences sont visés: expert, nouveau et transversal.

Axe 3 – L'évaluation en situation de travail et la formation par alternance (WP5)

« Ouvrir les portes de l'entreprise aux étudiants.
CONNECTE, un projet Erasmus+ Liban-Europe qui alterne et connecte l'université et l'entreprise »

Idée à diffuser	Message
La formation par alternance garantit la réduction du gap entre compétences acquises et attendues	Assurer un dialogue sur la formation par alternance entre les universités, les entreprises, les syndicats professionnels et le secteur public
Meilleure collaboration entre les universités et les entreprises	Fournir des formations pour réduire le gap entre compétences acquises et attendues

- **Impact 4:** Amélioration de l'employabilité des étudiants à travers le développement d'un cadre technique et éducatif de transition vers le marché du travail : l'évaluation en situation de travail et la formation par alternance. Cet impact dépend de l'engagement actif d'un pool d'entreprises et d'un large soutien d'acteurs publics et de décideurs politiques.

Axe 4 - Le réseautage entre acteurs économiques, universitaires et publics (WP6)

« Faire émerger un écosystème entre acteurs économiques, universitaires et publics.
CONNECTE, un projet Erasmus+ Liban-Europe qui alterne et connecte l'université et l'entreprise »

- **Impact 5:** Propulser la recherche académique et non-académique, en créant des synergies entre les acteurs institutionnels concernés par l'offre et la demande en compétences. Les résultats du projet pourraient impacter positivement toutes les entités publiques et privées concernées par l'éducation et la formation au Liban, au delà de la portée des partenaires du consortium.

III- Organisation, moyens, supports et programmation de la communication

A. Communication interne

Organisation :

- Équipe de communication (USJ- P1) pour superviser les activités de communication interne et un référent communication au sein de chaque partenaire
- Définition d'une charte pour la documentation interne, notamment pour le référencement des documents, conformément à l'assurance qualité
- Directives sur l'élaboration, l'approbation et la diffusion des documents normatifs (Compte-rendu, livrables...) :
 - Élaboration par les coordonnateurs de lots
 - Vérification normative et approbation par le coordonnateur du projet
 - Diffusion par le coordonnateur du projet, qui pourra déléguer au coordinateur de lot

Moyens :

- E-mail et logiciels de communication à distance (vocal ou vidéo)
- Liste de diffusion interne
- Assemblée générale pour la diffusion des objectifs, budget, planification, livrables, impacts, etc.
- Google Drive pour le partage des documents et des archives
- « Kick-off internal seminar » pour fournir aux partenaires les compétences et les outils nécessaires pour leur propre communication
- « Kick-off meeting » pour garantir une information efficace sur le projet auprès de la Commission Européenne

Supports :

- Documents relatifs au projet initial : descriptif, déclarations sur l'honneur, budget
- Comptes-rendus de réunions
- Calendrier d'exécution et de suivi des réalisations
- Ressources diverses
- Livrables internes : Plan de communication, plan d'assurance qualité

B. Communication externe et de dissémination

Organisation :

- Équipe de communication du projet (de l'USJ) pour superviser les activités de communication externe et de dissémination, un référent communication au sein de chaque partenaire et un référent communication pour chaque lot du projet
- Définition d'un charte graphique et d'un logo pour garantir l'identité visuelle du projet qui doit être adoptée pour toute communication sur le projet
- Les partenaires du projet sont encouragés à utiliser leurs propres canaux de diffusion local, national et international pour médiatiser le projet, et notamment pour présenter les activités à l'occasion de l'organisation d'événements, de workshop, etc.
- Directives sur l'élaboration, l'approbation et la diffusion de tout document de communication:
 - Élaboration par tout référent communication au sein de chaque partenaire ou pour chaque lot du projet
 - Vérification par l'équipe de communication du projet du respect de la charte et de l'éthique du projet
 - Diffusion par l'initiateur du document de communication qui pourra déléguer à toute autre personne

Moyens

- Site web, pages Facebook et Instagram dédiés au projet
- Listes de diffusion de tous les partenaires
- Presse (grand public et spécialisée), webinaires, conférences, workshops,
- Organisation d'une conférence de presse sur le lancement du projet, au regard de l'impossibilité d'organiser la cérémonie de lancement en raison de la pandémie du Covid19.
- Newsletters de la Commission Européenne, du Bureau national Erasmus+ et site web de l'Union Européenne
- Organisation d'un webinaire international pour diffuser les résultats du projet auprès d'un très large public, notamment auprès des établissements européens
- Conférence de clôture du projet

Moyens spécifiques aux données et analyses macro-économiques

- Création d'une (ou de plusieurs) vidéo vulgarisatrice sur les données et analyses macro-économiques
- Création d'une bande dessinée vulgarisatrice sur les données et analyses macro-économiques
- Inscription à des salons d'orientation et d'étudiants
- Paiement d'articles dans la presse spécialisée pour les parents d'élèves et les étudiants

Moyens spécifiques à l'EAV et ses modules de formation

- Réalisation d'affiches et de brochures sur l'EAV
- Paiement d'articles dans la presse spécialisée pour les étudiants et dans le milieu professionnel
- Création d'une vidéo vulgarisatrice pour inciter le public à suivre les formations proposées
- Conférence ou un webinaire sur le sujet
- Création d'un guide vulgarisé pour inciter les enseignants à développer de nouveaux contenus

Moyens spécifiques sur l'évaluation en situation de travail et la formation par l'alternance

- Création d'une brochure vulgarisatrice pour sensibiliser le public libanais à ces approches déjà éprouvées dans plusieurs pays
- Mise en lumière d'au moins une succès-story
- Interview d'un responsable au sein d'une entreprise française implantée au Liban
- Conférence de presse

Supports

L'équipe de communication (USJ-P1) est chargée de réaliser les supports de communication, puis de les mettre à disposition des membres du projet en fonction des diverses activités.

- Charte graphique et logo du projet
- Site Web, pages Facebook et Instagram dédiés au projet
- Page dédiée au projet sur le site Web de chaque partenaire
- Vidéo de présentation du projet
- Brochures: brochure de présentation générale du projet, brochures spécifiques à chaque axe du projet (sur l'EAV, les enquêtes, l'alternance et le réseautage)
- Vidéos vulgarisatrices sur les axes du projet (sur l'EAV, les enquêtes, l'alternance et le réseautage)
- Newsletters (Bulletin d'information) bi-annuelles
- Dossier de presse
- Bande dessinée vulgarisatrice sur les données et les analyses macro-économiques
- Infographies sur les données et les analyses macro-économiques
- Réalisation d'affiches et brochures sur l'EAV
- Création d'un guide vulgarisé sur l'EAV

C. Calendrier des activités de communication

L'équipe de communication (USJ-P1) est chargée de veiller au respect du calendrier et de l'exécution des activités de communication. Le chronogramme de suivi des réalisations doit être régulièrement mis à jour et accessible en interne sur le Google Drive du projet.

Le chronogramme ci-dessous comprend les actions marquantes de la communication. Lors de sa mise à jour, il sera enrichi de toutes les actions de communication externes et de dissémination réalisées au fil de l'eau (articles de presse, participation à des salons, etc.).

Action	Dates limites	Avancement
Google Drive pour la communication interne	Jul-20	Partagé
Création du site web du projet	Sep-20	En cours
Création du Logo et de la charte graphique	Sep-20	En cours
Brochure #1 (présentation générale du projet)	Sep-20	En cours
Liste de contacts (interne externe)	Sep-20	En cours
Premier webinar public (formation par alternance) Cnam&AUF	Sep-20	Retardé
Gadgets, publicité,...	Dec-20	Annulé en raison de la crise économique. Remplacé par la création d'une bande dessinée et de vidéos
Ouverture de comptes CONECTE sur les réseaux sociaux	Nov-20	
Conférence de presse de lancement (activité de remplacement de la conférence de lancement)	Nov-20	
Newsletter #1	Nov-20	
Réunion de lancement à Beyrouth – initialement prévu pour le 03/2020	Feb-21	Report à cause des restrictions COVID19
Newsletter #2	Mai-21	
Participation dans des conférences internationales	Jun-21	
Newsletter #3	Nov-21	
Brochures #2, vidéo et bande dessinée (sur les données et les analyses macroéconomiques)	Déc-21	
Brochures #3 (sur la formation par alternance)	Déc-21	
Brochures #4, vidéo et guide vulgarisé (sur l'EAV)	Déc-21	
Newsletter #4	Mai-22	
Elaboration du Plan de communication pour la pérennisation	Mai-22	

Participation dans une Conférence internationale	Jun-22	
Publication d'un article scientifique	Jun-22	
Webinar de diffusion internationale	Sep-22	
Newsletter #5	Nov-22	
Conférence de clôture	Nov-22	

IV- Résultats

A. Indicateurs de satisfaction des objectifs

Indicateur	Public	Mesure/ objectif
Tendances des visites sur le site-web	Grand public	5000 visiteurs
Nombre de followers sur les réseaux sociaux	Grand public	500 followers
Nombre d'articles spécialisés publiés dans la presse	Partenaires externes	6 articles
Nombre de brochures distribuées	Partenaires externes	800
Nombre d'événements de dissémination	Partenaires externes	6
Nombre de participants aux formations	Partenaires du consortium	60
Nombre de participants aux webinaires	Partenaires externes	200
Nombre de participants à la conférence de clôture	Partenaires externes	80
Nombre d'entreprises participantes	PME/start-ups/etc.	12
Nombre d'indicateurs sur le marché du travail	Audience générale	6

B. Recueil des indicateurs de satisfaction

L'équipe de communication (USJ-P1) est chargée de centraliser les données à travers le processus suivant :

- Élaboration de fiches de satisfaction et de recueil de données
- Diffusion auprès des référents communication du projet
- Récolte des fiches remplies à l'issue de chaque événement ou action de communication

- Élaboration d'un tableau de centralisation des données, accessible en interne sur le Google Drive du projet

Le tableau de centralisation des données permettra à l'ensemble des membres du projet de visualiser l'atteinte des objectifs de communication, et si besoin, de réorienter ou renforcer certaines actions.

V- Annexes

Annexe 1 : Charte graphique de la Commission Européenne

Annexe 2 : Lettre d'engagement éthique

Annexe 3 : Rapport d'événement

Annexe 4 : Tableau de centralisation des données (pour le recueil des indicateurs)

Annexe 1 : Charte graphique de la Commission Européenne

Logo, visual identity

The visual identity gives the European Commission a recognisable and coherent image. A full manual on the visual identity is available below. This establishes the basic principles to be applied to the entire range of communication products.

The visual identity is constructed around the European Commission's logo. This logo is based on 2 key elements: the European flag and a graphic element inspired by the headquarters of the European Commission.

Usage

The logo of the European Commission may be used by third parties only if:

- permission is requested and granted before the logo is used
- there is no likelihood of the user of the logo being confused with the European Commission
- it is not used in connection with objectives or activities which are incompatible with the aims and principles of the European Commission
- it is not used to imply or suggest unintended endorsement or promotion of the objectives and activities of the user of the logo by the European Commission

Liens utiles

1- Visual identity manual

https://ec.europa.eu/info/resources-partners/european-commission-visual-identity_en

2- Graphic design user guide

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/promotional_en

3- Visual identity and logo

https://eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity-and-logos-eacea/erasmus-visual-identity-and-logos_en

Annexe 2 : Lettre d'engagement éthique

(voir entête)

(logo du partenaire)

Engagement éthique

Préambule

Le projet Erasmus+ CONECTE, financé par la Commission Européenne, comprend une composante communication importante pour sa notoriété et sa dissémination.

Le plan commun de communication précise les objectifs de communication et l'organise au sein du consortium. Il encourage également tous les membres du consortium à œuvrer à faire connaître le projet et promouvoir ses activités.

En outre, la Commission Européenne impose des règles de citation pour le projet qu'elle finance.

Ainsi, dans un esprit de collégialité et de respect des règles de communication vis-à-vis du projet et de la Commission Européenne, il est demandé à chaque partenaire de s'engager éthiquement en matière de communication sur le projet.

A cet effet, par la présente, (*nom de l'établissement*), représenté par (*nom et titre du responsable*), s'engage à :

- 1- Respecter le plan commun de communication du projet CONECTE
- 2- Respecter la confidentialité des documents internes au projet CONCTE
- 3- Ne diffuser aucun nouveau contenu sur le projet sans vérification préalable par le service de communication du projet CONECTE
- 4- Promouvoir la diffusion des informations et supports de communication créés et validés par le projet CONECTE, à travers ses propres canaux de diffusion
- 5- Encourager le responsable du projet CONECTE au sein de son institution à diffuser largement tout support de communication interne, externe ou de dissémination validé par le service de communication du projet CONECTE, auprès du public cible, qu'il soit interne ou externe à l'institution
- 6- Garantir le recueil d'indicateurs sur les impacts de la communication
- 7- Céder les droits à l'image, sur tout supports, des acteurs du projet ainsi que les droits de reproduction des diverses productions de ces acteurs

Fait à _____, le _____,

Signature du représentant de l'établissement

Annexe 3 : Rapport d'événement

(voir entête)

(logo du partenaire)

Rapport d'événement

Nom de l'événement	
Type d'événement: (Séminaire, atelier, conférence, forum national, etc.)	
Date	
Lieu	
Type de public visé	
Public présent (nombre de participants par type de public)	
Supports de communication utilisés (brochure, affiche, post sur les réseaux sociaux, etc.)	
Diffusion réalisée sur les médias (articles de journaux, TV, etc.)	

Information détaillée sur l'événement (programme, intervenants, etc.) :

--

Remarques, recommandations :

--

Autre :

--

Joindre toute pièce utile (Liste des participants, présentations, documents d'information, etc.)

Annexe 4 : Tableau de centralisation des données (pour le recueil des indicateurs)

Événement			Moyens et supports utilisés	Liens	Description de l'activité de com ou de dissémination	Indicateurs
Date	Intitulé	Responsable				