



PARCOURS

COMMUNICATION
PROJET 5

Octobre 2020

Caution!
Cross Traffic
Does NOT
Stop for
Pedestrians

PARCOURS
civique & professionnel en montagne



Inter
ALCOTRA
Fonds européen de dév

Parlons de vous*

CONTEXTE



POINT D'AVANCEMENT

Contexte particulier Covid19

- Projet prolongé jusqu'en 2022
- Pas de journées transfrontalières cette année 2020
 - Les 2 journées prévues sont reportées sur 2021
 - Demande de prolongation du volet JT sur 2022

Rayonnez*

CIBLES ET OBJECTIFS



CAMPAGNE DE COMMUNICATION DU PROJET 5 (PCPEM)

Cible grand public

Les familles des élèves des collèges concernés

Les autres jeunes et leurs parents sur le territoire

Objectifs

Valoriser la richesse pédagogique et les productions des jeunes

Faire rayonner le projet sur le territoire et valoriser la dimension éducation citoyenne européenne



CAMPAGNE DE COMMUNICATION DU PROJET 5 (PCPEM)

Cible institutionnelle / professionnelle

Objectifs

Les collèges du territoire

Valoriser la richesse pédagogique du projet ainsi que les productions des jeunes
→ En faire un projet exemple, à transposer dans d'autres structures

Les collectivités territoriales, les enseignants via l'éducation nationale, les institutions françaises, italiennes et européennes

Partager les bilans des actions menées pour valoriser la réussite du projet et les acteurs qui portent le projet
→ Donner envie de dupliquer le projet dans d'autres établissements !



CAMPAGNE DE COMMUNICATION DU PROJET 5 (PCPEM)

Cible presse

Les médias spécialisés dans l'éducation.
+ presse locale de manière plus ponctuelle

Objectifs

Partager les bilans des actions menées pour valoriser la réussite du projet et les acteurs qui portent le projet.
Prendre également de la hauteur pour parler du fond du projet et des enjeux de société et de citoyenneté européenne auprès de jeunes.



TONALITÉ DE LA COMMUNICATION

Institutionnelle auprès de la presse et des professionnels :

- » innovation / expérimentation pédagogique
- » valorisation de la réussite du projet

Ludique et dynamique auprès des jeunes et du grand public.



3 AXES DE COMMUNICATION
LES RÉSEAUX SOCIAUX
LA PRESSE
LES INSTITUTIONNELS

Let's go ! *

LE DISPOSITIF PROPOSÉ



LES RÉSEAUX SOCIAUX AU PLUS PRÈS DES JEUNES !

AXE CITOYENNETÉ

Montrons que l'Europe est là et agit !

MOYENS

Une stratégie digitale orientée vers le grand public : jeunes et parents.

Communiquer sur **le web est un incontournable** aujourd'hui !

Pour **parler d'une même voix**, l'élaboration d'**une stratégie digitale** est en cours (*livraison courant novembre 2020*). Elle vous donnera les clés pour **adapter votre discours selon les réseaux sociaux et vos cibles**.

Création de contenus ludiques et dynamiques dédiés aux réseaux sociaux (motion design / GIF) afin de travailler sur l'image et la notoriété du projet pour contribuer au sentiment d'appartenance à une citoyenneté européenne.

Objectif secondaire : acquérir des votes pour le concours **REGIOSTARS** sur <https://regiostarsawards.eu>



LA PRESSE LOCALE & SPÉCIALISÉE

PRESSE LOCALE GÉNÉRALISTE

À activer lors de temps institutionnels liés au pilotage du PCPEM ou lors de l'aboutissement de certains projets (restitutions).

MÉDIAS SPÉCIALISÉS ÉDUCATION

Traiter du **fond** du sujet pour intéresser les rédactions au national et convaincre les professionnels du bien fondé du projet (**reconnaissance**).

MOYENS

- **Communiqués** de presse réguliers / news presse
- **Conférences** de presse bilan
- Publi-reportages (ex : tiré à part Dauphiné Libéré)
- **Revue de presse** à compiler et à mettre en page régulièrement



LES INSTITUTIONNELS DES PROFESSIONNELS À SÉDUIRE & À CHOYER

CONVAINCRE

En **interne** (élection de mars 2021) et en **haut lieu** (Éducation Nationale) pour faire vivre le projet plus longtemps et au-delà de son périmètre actuel.
Un travail de “VRP” est à réaliser pour faire reconnaître le PCPEM comme un projet à haute valeur éducative et citoyenne.

À NE PAS MANQUER

- **Le réseau Canopé** : comme une porte d'entrée.
- **La Journée Nationale de l'Innovation**, dédiée à l'innovation pédagogique
- Les inscriptions dans les **programmes éducatifs** chaque année (mai/juin)

MOYENS

Un kit communication :

- **Outils existants** : vidéos, affiches, roll-up, dossier et communiqués de presse, site <https://www.wereport-atelier.fr>
- **Revue du PCPEM** (façon revue 21) : un outil à promouvoir
- **Une plaquette / dépliant** synthétique présentant le projet dans sa globalité
- Présence sur les salons / événements spécialisés (lorsque ce sera possible)



COMMUNICATION PROJET 5

OUTILS PRINT

- Revue PCPEM
- Un roll-up
- Un dépliant synthétique (à créer)

OUTILS DIGITAUX

- Stratégie digitale et réseaux sociaux incluant une campagne de sponsoring de posts
- Conseil rédaction SEO pour écriture d'articles web (à la fin de chaque CP)
- Vidéo globale
- Motion design et GIFS

RELATIONS PRESSE

- CP et news presse
- Dossier de presse
- Conférences de presse
- Revue de presse

ÉVÉNEMENTIEL

- Temps fort en fin de projet (forum, événement, ...) en 2022



Merci *

Damien Bottollier
Directeur Conseil
07 82 23 38 59
damien@signature-com.com

Floriane Morel
Chargée de projet
04 50 11 75 63
floriane@signature-com.com

Mélissa Tkac
Chargée de projet et Relations Presse
07 69 98 33 97
melissa@signature-com.com