

Titre du Document:

## **L.5.1 Plan de communication et diffusion**



**TUNED - TUnisian Network for Employability and  
Development of graduates' skills**

**573778-EPP-1-2016-1-IT-EPPKA2-CBHE-SP**

## Table de Matières

Avant-propos .....	3
1. Introduction : à propos de TUNED.....	5
2. Principes clés de la dissémination .....	6
3. Les livrables du lot de travail « Dissémination » .....	7
4. Groupes cibles et bénéfiques attendus .....	8
5 Les acteurs impliqués et les actions à mener .....	9
5.a Universités tunisiennes.....	9
5b. Ministère Tunisien de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique – MESRS.....	10
5c. Partenaires européens.....	10
6. Les outils à utiliser .....	11
7. Annexes .....	13

## Avant-propos

Le présent plan de communication est l'un des livrables du Lot de Travail 5.1.

Le plan a été conçu pour s'assurer que l'information relative au projet soit partagée avec les publics appropriés en temps opportun et à travers les moyens formels les plus efficaces.

Il est fondamental que le plan soit intériorisé par l'ensemble des équipes impliquées sur le projet, à partir des instances dirigeantes et jusqu'au personnel administratif des différents établissements universitaires.

3

### *La valeur ajoutée du système TUNED*

La valeur ajoutée du système TUNED par rapport à des systèmes concurrents tient aux éléments suivants: données administratives des étudiants certifiées par les universités d'appartenance (ce qui implique un gain de temps considérable pour les entreprises recruteuses, qui ne doivent pas vérifier les données déclarées par les candidats); une seule plateforme web de rencontre entre offre et demande sur le marché de l'emploi qui contient les données de l'ensemble des étudiants/diplômés des 8 universités partenaires (ce qui implique la facilité pour les entreprises recruteuses d'effectuer un accès unique pour la consultation de l'ensemble des CV disponibles); données des étudiants qui appartiennent aux universités (et non à des multinationales étrangères, comme c'est le cas pour des outils de rencontre d'offre et demande concurrents).

### *Le cercle vertueux de la dissémination*

Afin de positionner le projet TUNED en tant que référence au niveau national, il est fondamental d'enclencher le « cercle vertueux » de la dissémination: plus d'étudiants s'enregistreront sur la base de données TUNED, plus les entreprises seront motivées à utiliser la plateforme web; plus d'entreprises seront actives sur la plateforme web (en publiant des offres de stage et emploi), plus les étudiants seront motivés à mettre à jour leurs CV et par là même à conseiller à leurs pairs de s'enregistrer à leur tour; la mise à jour des CV permettra ensuite à l'équipe des chercheurs de contacter les diplômés une fois qu'ils auront quitté l'université, pour mener à bien l'enquête sur leur condition d'emploi.

### *Le logo du projet*

Le logo représente graphiquement la marque du projet, il devra être diffusé sur tous ses supports de communication. C'est un point de repère permettant de faire le lien entre les services que propose le projet et il est essentiel pour son identité visuelle.

Le logo TUNED est le résultat d'une recherche créative approfondie visant à représenter au mieux l'image du projet, à travers le choix d'une couleur et d'un symbole évocateurs.



A l'initiative d'UNIMED, leader du lot de travail n° 5, « Dissémination », les partenaires de projet se sont orientés vers un symbole avec deux personnes stylisées qui s'enlacent, à représenter l'esprit de collaboration entre les deux rivages de la Méditerranée. Ce symbole nous rappelle aussi une étoile – élément présente en même temps dans le drapeau tunisien et européen et qui avec l'alternance du rouge – couleur dominante

dans le drapeau tunisien – et du bleu – couleur dominante dans le drapeau européen, renforcent l'image d'une coopération appuyée entre les partenaires de projet.

Tous les partenaires sont invités à utiliser le logo du projet TUNED lors de la publication de documents de diffusion du projet.

Par ailleurs, tous les partenaires sont invités à consulter la page web suivante pour se conformer aux lignes guides de l'EACEA quant à la visibilité à donner au support financier reçu de la part de l'EACEA : [https://eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity_en) .



*Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication n'engage que son auteur et la Commission européenne n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.*

## 1. Introduction : à propos de TUNED

TUNED est un projet structurel financé dans le cadre du programme européen Erasmus+, Action Clé 2 – Capacity Building in the field of Higher Education, visant à soutenir la réforme en cours du système d'enseignement supérieur en Tunisie, afin d'améliorer l'adéquation entre l'offre de formation universitaire et les exigences du marché de l'emploi.

Le projet se déroule sur 3 ans, d'octobre 2016 à octobre 2019.

5

En particulier le projet cherche à :

- renforcer les capacités tunisiennes en transférant les meilleures pratiques de l'UE sur l'employabilité des diplômés et le suivi des performances des universités ;
- renforcer la responsabilisation des universités tunisiennes ;
- renforcer les liens entre l'université et le marché de l'emploi ;
- accroître la collaboration parmi les universités tunisiennes au niveau local ;
- soutenir un marché "ouvert" pour un capital humain hautement qualifié ;
- améliorer la qualité du système éducatif en Tunisie conformément aux normes internationales.

### *Membres du Consortium*

- AlmaLaurea Consortium Interuniversitaire, Italie (Coordinateur)
- UM, Université de Monastir, Tunisie
- UJ, Université de Jendouba, Tunisie
- UGAB, Université de Gabes, Tunisie
- UGAF, Université de Gafsa, Tunisie
- UT, Université de Tunis, Tunisie
- US, Université de Sfax, Tunisie
- UC, Université de Carthage, Tunisie
- UK, Université de Kairouan, Tunisie
- UGR, Université de Grenade, Espagne
- UCY, Université de Chypre, Chypre
- UNINA, Université Federico II de Naples, Italie
- UNIMED, Union des Universités de la Méditerranée, Italie
- MESRS, Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, Tunisie

## 2. Principes clés de la dissémination

La diffusion est un processus pré-planifié et en constante évolution, une action transversale de promotion du projet et de ses résultats adressés à une audience étendue au-delà du consortium du projet.

La diffusion et la communication des résultats du projet (Rapports, outils, événements, etc.) visent à sensibiliser les groupes cibles ainsi que les autres parties prenantes sur les objectifs, les activités et les résultats du projet ainsi que sur les besoins auxquels il répond.

Ce plan de diffusion devrait être considéré comme un document de travail décrivant les activités à réaliser, mais flexible et ouvert aux changements au fur et à mesure que le projet TUNED progresse. Il revient à chaque université tunisienne bénéficiaire de customiser le plan, et notamment les actions de dissémination locale à mener, en fonction de son contexte spécifique, de son organisation sur le territoire, des contraintes et des meilleures pratiques expérimentées, de manière à atteindre le plus vaste public possible.

Bien que les trois domaines de la sensibilisation, de la diffusion et de l'exploitation se produisent dans le même temps et tout au long du projet, la séquence logique des trois phases est la suivante:

- 1) **Sensibilisation** (promouvoir TUNED et informer sur l'existence et la nature du projet)  
= **Identité visuelle du projet, brochures de projet, outils de communication;**
- 2) **Diffusion** (informer sur les résultats du projet au fur et à mesure qu'ils sont atteints)  
= **Réseautage, participation aux événements, diffusion des résultats clés ;**
- 3) **Exploitation** (partager les résultats du précédent projet TEMPUS ISLAH 530716, ayant des finalités similaires au projet TUNED et qui a compté sur la participation du MESRS, d'UGAB, UGAF, UJ et UM ; encourager l'utilisation ultérieure de la plateforme web de rencontre entre offre et demande sur le marché de l'emploi et des résultats du projet TUNED et assurer la durabilité du projet)  
= **Participation des parties prenantes, universités tunisiennes et étudiants, entreprises locales.**

Lorsqu'elles sont combinées, les trois activités ci-dessus maximiseront l'impact du projet et contribueront à sa durabilité. En d'autres termes, l'impact et la durabilité de tout projet dépendent en grande partie de l'efficacité des activités de diffusion, qui déterminent son positionnement, sa visibilité et sa future valorisation.

Tous les partenaires de projet sont invités à consulter le guide pratique conçu par l'EACEA à propos de la dissémination, qui est consultable ici : <https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/programme-guide/annexes/annex-ii>.

### 3. Les livrables du lot de travail n°5 « Dissémination »

Afin de garantir que les activités de sensibilisation, diffusion et exploitation soient menées de façon efficace auprès des groupes cibles et de toute autre partie prenante, le projet prévoit 3 types de livrables :

#### Liste des livrables – Table 1

Livable	Date de livraison
L5.1 Création du site web ; élaboration du plan de diffusion et définition des matériaux promotionnels	<b>31-03-2017</b>
L5.2 Organisation des 4 conférences de diffusion	<b>15-09-2019</b>
- 1 <sup>ère</sup> Conférence de diffusion – Tunis (Université de Tunis)	Septembre 2017
- 2 <sup>ème</sup> Conférence de diffusion - Tunis (MESRS)	Mars 2018
- 3 <sup>ème</sup> Conférence de diffusion - Rome (UNIMED)	Janvier 2019
- 4 <sup>ème</sup> Conférence de diffusion – Gabès (Université de Gabès)	Septembre 2019
L5.3 Organisation des 16 Séminaires locaux Chaque Université tunisienne devra organiser 1 séminaire local adressé aux étudiants et 1 séminaire local adressé aux entreprises locales	<b>31-05-2018</b> Séminaires étudiants : printemps 2017, avant session diplomation de juin Séminaires entreprises: automne 2017

#### L5.1

Le site web du projet, [www.tuned-project.eu](http://www.tuned-project.eu), sera continuellement mis à jour par AlmaLaurea au fur et à mesure de l'avancement des travaux.

Il constitue la principale interface de communication du projet : il recueillera les articles promotionnels publiés sur la presse locale voire nationale par les partenaires (section « *news release* » ; il rendra possible le téléchargement des brochures promotionnelles du projet (section « *media kit* ») ; il accueillera l'annuaire du projet avec la description des équipes de travail (section « *the partnership* ») ; il prévoit une section « *intranet* » dans laquelle le coordinateur de projet partagera l'ensemble des documents de projet (description et budget du projet, Grant Agreement, Partnership Agreement, Guidelines for the Use of the Grant, communications de l'EACEA, rapports de suivi, comptes-rendus des réunions, présentations utilisées, photos des rencontres, etc.).

Voir la section 6 du présent plan de communication pour les supports promotionnels du projet.

#### L5.2

La 1<sup>ère</sup> conférence de diffusion aura lieu à Tunis (*Université de Tunis*) en septembre 2017 et sera particulièrement adressée aux entreprises, pour leur illustrer le potentiel du projet en termes d'amélioration de la coopération entre les universités et les entreprises, et plus particulièrement le fonctionnement et la valeur ajoutée de la plateforme web de projet afin de maximiser l'enregistrement des entreprises et la

publication d'offres de stage et emploi pour inviter plusieurs entreprises à la registration sur la plateforme web du projet.

La 2ème conférence de diffusion aura lieu à Tunis (MESRS) en mars 2018 et sera adressée aux entreprises, afin de booster le peuplement de la base de données et l'utilisation de la plateforme web de projet.

La troisième conférence de diffusion aura lieu à Rome à fin 2018/début 2019 (date exacte à confirmer), en concomitance avec l'événement institutionnel organisé par UNIMED, de manière à diffuser auprès du réseau méditerranéen d'universités les résultats obtenus par le projet, son potentiel et bénéfices attendus.

La quatrième conférence de diffusion – qui correspond aussi à la conférence finale du projet - aura lieu à Gabès (*Université de Gabès*) en septembre 2019 afin d'illustrer à un vaste public ses résultats des enquêtes sur le profil et l'insertion professionnelle des diplômés tunisiens.

UNIMED pourra informer et inviter les Universités tunisiennes de son réseau qui ne sont pas partie du Consortium TUNED (à savoir *l'Université de Tunis El Manar* et *l'Université de Sousse*) à participer aux conférences en vue de leur éventuelle adhésion au projet. D'autres acteurs, comme par exemple la Chambre de Commerce Tunisienne, la Chambre de Commerce Italo-Tunisienne, CONECT et ARFORGHE seront également invités à participer, de manière à promouvoir le projet à un vaste public relevant de l'environnement économique et entrepreneurial national.

### L5.3

Chaque université tunisienne partenaire devra organiser au moins un séminaire de promotion adressé aux étudiants et au moins un séminaire de promotion adressé aux entreprises du territoire, avec le même objectif de stimuler le peuplement de la base de données et l'utilisation de la plateforme web de rencontre entre offre et demande sur le marché de l'emploi, pour enclencher le cercle vertueux de la dissémination.

Les séminaires locaux adressés aux étudiants devraient être réalisés avant la session de diplomation du mois de juin 2017, pour que tous les étudiants en fin d'études puissent être informés des objectifs et bénéfices & attendus du projet, évaluer leur expérience universitaire (à l'aide du questionnaire profil, L3.1) et créer leurs CVs avant de quitter l'université d'appartenance.

Les séminaires locaux adressés aux entreprises devraient être réalisés à l'automne 2017, une fois la plateforme web de projet peaufinée. Chaque université mobilisera les réseaux professionnels actifs sur son territoire et les invitera à participer aux séminaires, avec un double objectif : inciter l'utilisation de la plateforme web de projet et recueillir des contributions qui seront très utiles pour définir les contenus des formations prévues dans le cadre du lot de travail n°4, « renforcement des capacités pour la coopération universités-entreprises ».

## 4. Groupes cibles et bénéfices attendus

Le projet s'adresse à quatre groupes cibles principaux :

- ***Etudiants / diplômés tunisiens***
- ***Entreprises actives sur le territoire tunisien***
- ***Organes directeurs des universités tunisiennes & Ministère Tunisien de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique***

### 1. Bénéfices attendus pour les Etudiants / diplômés tunisiens

- Obtenir et utiliser gratuitement les services de placement



- Disposer d'un accès facile à l'information sur les possibilités de travail / stage
- Améliorer les possibilités de placement, l'orientation professionnelle et les outils pour l'auto-entrepreneuriat
- Obtenir la certification de la carrière académique
- Disposer d'un accès démocratique et qualifié au marché du travail
- Améliorer l'université d'appartenance en évaluant l'expérience académique grâce au questionnaire d'évaluation en ligne

## 2. Bénéfices attendus pour les Entreprises actives sur le territoire tunisien

- Disposer de CVs régulièrement mis à jour par les diplômés
- Disposer de fonctionnalités gratuites de recherche CV en ligne pour la sélection des ressources humaines et le recrutement
- Vérifier et comparer les profils des diplômés à embaucher
- Publier des offres de stages / emplois
- Promouvoir son brand au niveau national

## 3. Bénéfices attendus pour les Organes directeurs des universités tunisiennes & Ministère Tunisien de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

- Obtenir des données statistiques fiables, opportunes et régulièrement mises à jour utiles pour améliorer l'offre de formation
- Disposer d'évidence documentaire pour tous les processus décisionnels et la planification des activités
- Obtenir un système complet d'information pour l'évaluation de l'efficacité interne et externe des universités
- Promouvoir la mobilité de ressources humaines hautement qualifiées

*Uniquement pour les universités:* faciliter le placement des diplômés sur les marchés du travail; Améliorer leurs compétences en termes d'orientation professionnelle et de coopération avec le monde des affaires dans le but d'améliorer l'employabilité des diplômés.

# 5 Les acteurs impliqués et les actions à mener

## 5.a Universités tunisiennes

Afin d'atteindre les groupes cibles en publicisant opportunément les bénéfices attendus de leur implication dans le cadre du projet, tous les partenaires sont appelés à s'investir dans différentes actions de dissémination.

### *Instances dirigeantes :*

Elles mobiliseront le personnel académique et administratif afin de coordonner les actions de communication des différents établissements auprès d'étudiants et entreprises, en vue de maximiser l'impact du projet.

### *Bureaux de scolarité :*

Il s'agit de la principale interface avec les étudiants : les bureaux de scolarité joueront un rôle fondamental dans la promotion du projet auprès des étudiants, notamment en vue de leur enregistrement sur la plateforme web de rencontre entre offre et demande sur le marché de l'emploi. Ils auront également la charge de collecter les reçus de compilation du questionnaire d'évaluation de l'expérience universitaire que les étudiants en fin d'études sont appelés à renseigner sur la plateforme web de projet.

#### **Staff désigné sur le projet :**

Le personnel désigné pour travailler dans le cadre du projet (*professeurs, techniciens, chercheurs, administratifs*) contribuera à la définition du présent plan de communication et des matériaux de promotion du projet (L5.1), ainsi qu'à leur traduction en arabe et à leur diffusion auprès des groupes cibles. Il aura la responsabilité d'organiser les conférences de diffusion (L5.2) et les séminaires locaux (L5.3), en vue de maximiser l'enregistrement d'étudiants et entreprises sur la plateforme web de projet.

Côté étudiants, des sessions d'accompagnement à l'enregistrement sur la plateforme web de projet pourraient également être organisées avant la diplomation au niveau de chaque établissement et/ou au niveau de la présidence. Les centres 4C actifs au niveau des universités partenaires pourraient également être impliqués dans ces activités.

Côté entreprises, le consortium de projet évaluera la possibilité de favoriser l'implication de partenaires tunisiens relevant du monde des affaires, comme ARFORGHE (Association des Responsables de Formation et Gestion des Ressources Humaines en Entreprise), CONNECT (Confédération des Entreprises Citoyennes de Tunisie), Chambre de Commerce Tunisienne et Chambre de Commerce Italo-Tunisienne, soit pour les inviter lors des séminaires locaux soit pour les faire adhérer au projet en tant que partenaires associés.

*Les Universités de Gabès, Gafsa, Jendouba et Monastir partageront avec les Universités de Carthage, Kairouan, Sfax et Tunis les bonnes pratiques de diffusion vis-à-vis d'étudiants et entreprises adoptées dans le cadre du précédent projet TEMPUS ISLAH n° 530716, afin de mettre en pratique les leçons tirées de cette expérience.*

#### **Chargés de communication :**

Ils coordonneront la mise en œuvre du présent plan de communication au niveau local et mobiliseront les médias locaux afin d'augmenter le positionnement, la visibilité et l'impact du projet. Il se peut s'agir du chargé de communication de l'université ou des différents établissements, si cette figure existe déjà ; le cas échéant, cette tâche reviendra au staff universitaire désigné pour travailler sur le projet.

## **5b. Ministère Tunisien de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique – MESRS**

Le MESRS contribuera à la promotion du projet auprès de l'environnement universitaire tunisien, de manière à consolider le positionnement du projet au niveau national et à en augmenter l'impact, en encourageant l'adhésion de nouvelles universités dans le cadre des activités du lot de travail n° 7, « Soutenabilité ».

## **5c. Partenaires européens**

### **UNIMED**

En tant que leader du lot de travail n° 5, « Dissémination », UNIMED est à l'origine du présent plan de dissémination (L5.1) et de la brochure du projet (L5.1) ; UNIMED définira également l'annuaire TUNED qui sera chargé sur le site web de projet.

UNIMED appuiera également le MESRS, l'UT et l'UGAB pour la définition des contenus et l'organisation des conférences de diffusion prévues et aura la charge directe de l'organisation de la conférence de diffusion de Rome (L5.2).

UNIMED soutiendra les 8 universités tunisiennes partenaires dans l'organisation des séminaires locaux de diffusion (L5.3).

UNIMED utilisera son réseau méditerranéen pour diffuser les objectifs, activités et résultats du projet TUNED auprès d'autres parties prenantes potentiellement intéressées au projet et/ou à sa future extension.

### **AlmaLaurea**

En tant que coordinateur du projet, AlmaLaurea a contribué à la rédaction du présent plan de dissémination (L5.1) et à la création de la brochure promotionnelle du projet (L5.1).

AlmaLaurea a réalisé le site web du projet et est chargé de sa mise à jour.

AlmaLaurea supportera également tous les partenaires dans l'organisation des conférences de diffusion (L5.2) et des séminaires locaux adressés à étudiants et entreprises (L5.3).

### **Université de Chypre, Grenada et Naples**

Les 3 Universités partageront leurs bonnes pratiques en termes de diffusion avec les universités tunisiennes partenaires, de manière à adapter le présent plan de dissémination au niveau local (L5.1), à obtenir une brochure promotionnelle efficace (L5.1), à maximiser l'impact des conférences de diffusion (L5.2) et des séminaires locaux (L5.3).

## **6. Les outils à utiliser**

### **6.1 Pages web des Universités tunisiennes partenaires**

Chaque université doit prévoir une section spécifique sur son portail web pour promouvoir le projet TUNED, ses finalités et les bénéfices attendus pour les étudiants. Cette section devra inclure le lien au site web du projet, ainsi qu'à la plateforme web, puis la brochure promotionnelle téléchargeable et éventuellement les coordonnées de la personne de contact TUNED au sein de chaque université, que les étudiants pourraient joindre pour plus d'informations sur le projet.

Les universités peuvent insérer des *banners* sur leurs pages web pour promouvoir le projet, à partir des exemples suivants:

"Le système TUNED est la plateforme web de rencontre entre offre et demande sur le marché de l'emploi"

"Les étudiants en fin d'études sont invités à s'enregistrer dans la base de données de la plateforme TUNED!"

### **6.2 Lettre du Président**

Chaque université peut envoyer par email à ses étudiants en fin d'études une lettre signée par le Président dans laquelle ce dernier résume les bénéfices attendus du projet et invite les étudiants à s'enregistrer sur la plateforme web pour renseigner le questionnaire profil et créer leur CV.

### 6.3 Matériaux promotionnels

Les matériaux imprimés sont essentiels à des fins promotionnelles. Ils seront produits en fonction des besoins perçus du Consortium et en particulier des Universités tunisiennes qui devront promouvoir la plateforme web et les bénéfices attendus pour les étudiants et les entreprises locales.

#### *Brochures – dépliants - flyers*

Il peut s'agir d'une seule feuille de papier qui est imprimée des deux côtés et pliée en deux, appelée dépliant; Il peut s'agir d'une seule page avec un énoncé immédiat, appelé flyer; ou il peut s'agir de quelques pages qui sont pliées en deux pour faire une brochure. Afin de décrire le projet TUNED, ou de promouvoir des événements et des événements spécifiques, des prospectus de différents types seront produits et distribués par les partenaires du projet. Les brochures, les dépliants et les flyers peuvent être produits en français et en arabe ou en version multilingue selon les besoins.

Les brochures seront distribuées dans des événements de diffusion spécifiques, des séminaires locaux adressés aux étudiants et aux entreprises, ainsi qu'à l'occasion des journées « ouvertes » pour l'orientation professionnelle pour les étudiants en fin de cycle.

UNIMED et AlmaLaurea partageront une ébauche de brochure en version française qui sera ensuite approuvée par tous les partenaires, puis traduite en arabe.

#### *Postcard*

Une carte postale de projet pourrait être réalisée, présentant les objectifs du projet, les partenaires du consortium et le site web. L'idée est d'avoir un outil léger et plus immédiat qui « parle » du projet, suscitant la curiosité et l'intérêt du public.

#### *Poster & roll-ups*

Des posters et roll-ups pourraient être réalisés et placés à des endroits stratégiques au sein des différents établissements universitaires, de manière à ce qu'ils soient visibles au plus grand nombre d'étudiants.

#### *Presse & Media*

La presse ou tout autre média de masse (radio, télévision) pourrait contribuer à diffuser les informations sur le projet ainsi que les principaux événements auprès d'un vaste public. Les partenaires sont tous invités à collecter les outils utilisés en Annexe I.

À l'occasion d'événements clés (conférences de diffusion, séminaires locaux) ou pour promouvoir les majeurs résultats de projet obtenus, des communiqués de presse seront créés et diffusés au sein des réseaux de partenaires du projet. Tous les partenaires sont invités à publier les communiqués de presse sur leurs sites web et de les transmettre au coordinateur pour la publication sur le site web de projet, section « News release ».

#### *Réseaux sociaux*

L'utilisation des réseaux sociaux (Twitter, Facebook) est fortement encouragée pour la diffusion du projet et de sa plateforme web, car cela permet d'établir une interaction continue avec les principaux bénéficiaires du projet, c'est-à-dire les étudiants tunisiens. Chaque partenaire du projet devrait utiliser ses propres réseaux sociaux institutionnels pour la diffusion des événements et des initiatives liées au projet.

À titre d'exemple, un *#hashtag* Twitter est suggéré pour TUNED: **#projet\_TUNED**

## 7. Annexes

Il est important pour tous les partenaires de conserver un historique précis des activités de diffusion qu'ils effectuent dans le cadre du projet. En particulier, les partenaires devront communiquer des informations clés au leader du Lot de Travail n° 5, UNIMED, et au coordinateur de projet à l'aide des fichiers ci-dessous, contribuant ainsi à la visibilité des activités qui est demandée par l'EACEA.

## Annexe I – Rapport d'Événement

**Titre de l'événement:**

**Type d'événement:***(Séminaire, Atelier, Conférence, etc)*

**Date:**

**Lieu:**

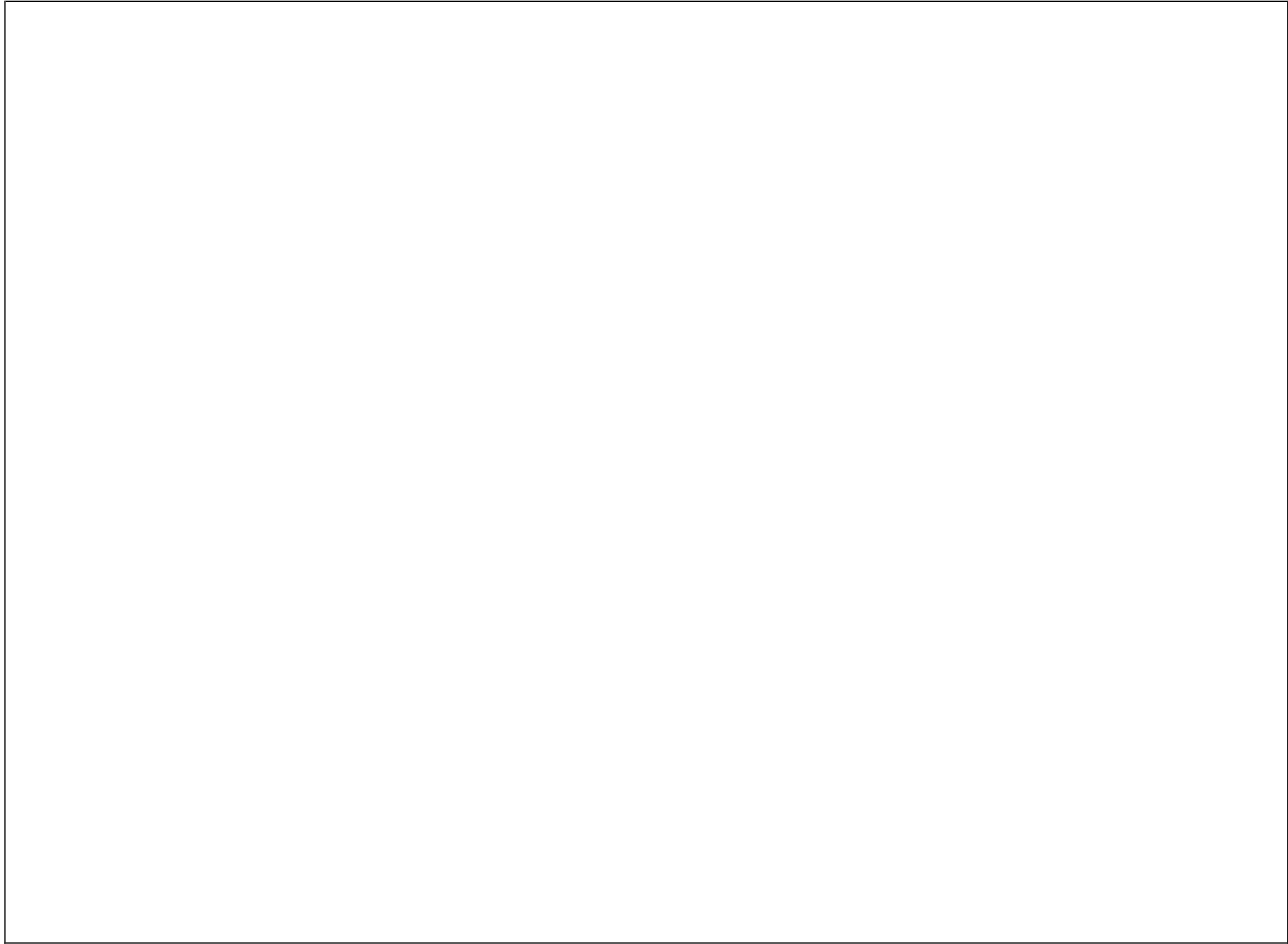
**Nombre des participants:**

**Type des participants:**

**Agenda d'événement:***(Insérez le lien à la page Web de l'événement)*

**Pièces jointes:** *(Liste des participants, Présentations, etc)*

**Bref aperçu de l'événement et des sujets abordés lors de l'événement**



**Contribution du partenaire participant à l'événement**

**Messages clés, résultats, recommandations**

## Annexe II – Rencontres individuelles des partenaires avec des parties intéressées

**Date:**

**Lieu:**

**Rencontre avec:**

**Preuve de la réunion (au cas il y a):** *Une photo, un document signé, un enregistrement vidéo / audio, etc.)*

22

**Bref aperçu de la réunion**

**Principales questions discutées au cours de la réunion**

**Recommandations et suggestions**