



ΔΗΜΟΣ ΒΟΠΕΙΩΝ
ΤΖΟΥΜΕΡΚΙΩΝ
Ελληνική Δημοκρατία



Culture

GRILLES D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2013 - avril 2014

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2013 - avril 2014

à utiliser les références des fiches de recensement

		Référence	Référence	Référence	Référence
ÉVÉNEMENTS		2.1			
Indicateurs d'activité	Nombre de personnes invitées	N/A			
	Nombre de journalistes invités	N/A			
	Nombre de médias invités	N/A			
	Nombre de sujets couverts	5			
	Nombre de documents élaborés	1			
Indicateurs résultat/ impact	Nombre de participants	50			
	Nombre d'orateurs	5			
	Nombre d'acteurs culturels impliqués	10			
	Nombre de journalistes présents	N/A			
	Nombre d'activités réalisées/nombre d'activités programmées	1/1			
	Nombre de documents distribués/nombre de copies produites	N/A			
	Nombre d'entretiens réalisés	N/A			
	Nombre d'articles/informations de presse consacrés à l'événement	N/A			
	Nombre de questionnaires d'évaluation de l'événement complétés	N/A			
	Degré de satisfaction des participants interrogés	N/A			
	Répartition géographique des participants	locale			

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2013 - avril 2014

		Référence	Référence	Référence	Référence
PUBLICATIONS		2.4			
Indicateurs d'activité	Budget consacré à la publication	N/A			
	Nombre de copies produites	2 online			
	Nombre de copies distribuées	N/A			
	Taille du public cible de la publication	N/A			
Indicateurs résultat/impact	Nombre de copies distribuées/nombre de copies produites	N/A			
	Budget de la publication/nombre de copies distribuées	N/A			
	Copies distribuées/nombre de personnes cibles	N/A			

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2013 - avril 2014

		Référence	Référence	Référence	Référence
DIFFUSION AUX MÉDIAS		2.2	2.3		
Indicateurs d'activité	Nombre de médias invités	N/A	N/A		
	Nombre de journalistes invités	N/A	N/A		
	Nombre de sujets couverts	2	2		
Indicateurs résultat/impact	Nombre de journalistes participants	N/A	N/A		
	Nombre de médias participants	N/A	N/A		
	Nombre de dossiers de presse distribués	0	0		
	Nombre de notes de presse distribuées	1	1		
	Nombre d'articles/informations publiés suite à l'activité destinée aux journalistes/média	1	3		
	Nombre d'entretiens réalisés	0	0		
	Nombre de rapports de presse sur l'événement	0	0		
	Pourcentage d'articles/informations où apparaissent les mots-clés	100%	100%		
	Pourcentage d'articles/informations qui mentionnent le cofinancement de l'UE	100%	100%		
	Nombre de bénéficiaires potentiels de la couverture médiatique	300.000	700.000		
Répartition géographique de la couverture médiatique	régionale	régionale et nationale			



ΔΗΜΟΣ ΒΟΡΕΙΩΝ
ΤΖΟΥΜΒΕΚΙΩΝ
Ελληνική Δημοκρατία



GRILLES D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2014 - octobre 2014

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2014 - octobre 2014

à utiliser les références des fiches de recensement

		Référence	Référence	Référence	Référence
		1.1	3.1		
ÉVÉNEMENTS					
Indicateurs d'activité	Nombre de personnes invitées	150	150		
	Nombre de journalistes invités	5	20		
	Nombre de médias invités	5	10		
	Nombre de sujets couverts				
	Nombre de documents élaborés				
Indicateurs résultat/impact	Nombre de participants	90	50		
	Nombre d'orateurs	8	4		
	Nombre d'acteurs culturels impliqués	10	30		
	Nombre de journalistes présents	2	8		
	Nombre d'activités réalisées/nombre d'activités programmées	5	3/3		
	Nombre de documents distribués/nombre de copies produites		250/500		
	Nombre d'entretiens réalisés		1		
	Nombre d'articles/informations de presse consacrés à l'événement		10		
	Nombre de questionnaires d'évaluation de l'événement complétés				
	Degré de satisfaction des participants interrogés				
Répartition géographique des participants					

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2014 - octobre 2014

		Référence	Référence	Référence	Référence
PUBLICATIONS		2.6	3.1		
Indicateurs d'activité	Budget consacré à la publication	N/A	1.200 €		
	Nombre de copies produites	2 online	500		
	Nombre de copies distribuées	N/A	250		
	Taille du public cible de la publication	N/A	500		
Indicateurs résultat/ impact	Nombre de copies distribuées/nombre de copies produites	N/A	250/500		
	Budget de la publication/nombre de copies distribuées	N/A	1200/250		
	Copies distribuées/nombre de personnes cibles	N/A	250/500		

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2014 - octobre 2014

		Référence	Référence	Référence	Référence
PROMOTION ET PUBLICITÉ		3.1			
Indicateurs d'activité	Budget consacré au produit publicitaire	600 €			
	Nombre d'exemplaires produits	20			
	Nombre d'exemplaires distribués	17			
	Taille du public cible de la publicité	150			
Indicateurs résultat/impact	Nombre d'exemplaires distribués / Nombre d'exemplaires produits	17/20			
	Budget de la publicité/ Nombre d'exemplaires distribués	600/17			
	Nombre d'exemplaires distribués /nombre de personnes cibles	17/150			

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2014 - octobre 2014

		Référence	Référence	Référence	Référence
DIFFUSION SUR INTERNET		3.1			
Indicateurs d'activité	Nombre de pages du site web	1			
	Nombre de documents à télécharger				
	Nombre de nouvelles/informations insérées	1			
	Nombre de mises à jour faites				
Indicateurs résultat/impact	Nombre de visites	600			
	Nombre d'utilisateurs/fans/followers				
	Nombre de liens vers le site				
	Nombre de questions/commentaires reçus/postés				
	Pourcentage du public cible qui se rend sur le site				
	Taux de satisfaction du public cible				

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2014 - octobre 2014

		Référence	Référence	Référence	Référence
		1.1	2.5	3.1	
DIFFUSION AUX MÉDIAS					
Indicateurs d'activité	Nombre de médias invités	5	N/A	10	
	Nombre de journalistes invités	5	N/A	15	
	Nombre de sujets couverts		2	3	
Indicateurs résultat/ impact	Nombre de journalistes participants	3	N/A	8	
	Nombre de médias participants	3	N/A	4	
	Nombre de dossiers de presse distribués	5	0		
	Nombre de notes de presse distribuées		1	1	
	Nombre d'articles/informations publiés suite à l'activité destinée aux journalistes/média	4	2	10	
	Nombre d'entretiens réalisés	3	0		
	Nombre de rapports de presse sur l'événement		0		
	Pourcentage d'articles/informations où apparaissent les mots-clés		100%		
	Pourcentage d'articles/informations qui mentionnent le cofinancement de l'UE		100%	100%	
	Nombre de bénéficiaires potentiels de la couverture médiatique		700000		
Répartition géographique de la couverture médiatique		régionale et nationale			



ΔΗΜΟΣ ΒΟΡΕΙΩΝ
ΤΖΟΝΙΜΕΡΚΙΝ
Ελληνική Δημοκρατία



Culture

GRILLES D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2014 - avril 2015

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2014 - avril 2015

à utiliser les références des fiches de recensement

		Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
		2.15	2.17					
ÉVÈNEMENTS								
Indicateurs d'activité	Nombre de personnes invitées	150	100					
	Nombre de journalistes invités	5	5					
	Nombre de médias invités	40	40					
	Nombre de sujets couverts	2	2					
	Nombre de documents élaborés	1 online	1 online					
Indicateurs résultat/ impact	Nombre de participants	150	100					
	Nombre d'orateurs	2	2					
	Nombre d'acteurs culturels impliqués	40	10					
	Nombre de journalistes présents	3	3					
	Nombre d'activités réalisées/nombre d'activités programmées	4 de 4	4 de 4					
	Nombre de documents distribués/nombre de copies produites	100 online	100 online					
	Nombre d'entretiens réalisés							
	Nombre d'articles/informations de presse consacrés à l'événement	8	5					
	Nombre de questionnaires d'évaluation de l'événement complétés							
	Degré de satisfaction des participants interrogés							
Répartition géographique des participants	locale	locale						

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2014 - avril 2015

		Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
PUBLICATIONS		2.13						
Indicateurs d'activité	Budget consacré à la publication	N/A						
	Nombre de copies produites	2 online						
	Nombre de copies distribuées	N/A						
	Taille du public cible de la publication	N/A						
Indicateurs résultat/impact	Nombre de copies distribuées/nombre de copies produites	N/A						
	Budget de la publication/nombre de copies distribuées	N/A						
	Copies distribuées/nombre de personnes cibles	N/A						

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2014 - avril 2015

		Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
		2.10	2.11	2.15 dépliant	2.17 dépliant	2.15 banderole	2.17 banderole
PROMOTION ET PUBLICITÉ							
Indicateurs d'activité	Budget consacré au produit publicitaire	78,65 €	260,15 €	205,70 €	172,50 €	60,50 €	60,50 €
	Nombre d'exemplaires produits	100	2000	1000	200	1	1
	Nombre d'exemplaires distribués	95	1800	1000	200	1	1
	Taille du public cible de la publicité	200000	2000	1000	200	150	100
Indicateurs résultat/ impact	Nombre d'exemplaires distribués / Nombre d'exemplaires produits	95/100	1800/2000	1000/1000	200/200	1 de 1	1 de 1
	Budget de la publicité/ Nombre d'exemplaires distribués	78,65/95	260,15/1800	205,7/1000	172,5/200	60,5/1	60,5/1
	Nombre d'exemplaires distribués /nombre de personnes cibles	95/200000	1800/2000	1000/1000	200/200	1/150	1/100

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2014 - avril 2015

		Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
		2.9	2.14	2.15 livestreaming	2.17 livestreaming			
DIFFUSION SUR INTERNET								
Indicateurs d'activité	Nombre de pages du site web	5	N/A	N/A	N/A			
	Nombre de documents à télécharger	3	1	3	5			
	Nombre de nouvelles/informations insérées	8	4	3	5			
	Nombre de mises à jour faites	15	4	3	5			
Indicateurs résultat/impact	Nombre de visites	80000	296	82	357			
	Nombre d'utilisateurs/fans/followers	N/A	4324 followers	4324 followers	4324 followers			
	Nombre de liens vers le site	1	1	1	1			
	Nombre de questions/commentaires reçus/postés	N/A	7					
	Pourcentage du public cible qui se rend sur le site	25%	25%	25%	25%			
	Taux de satisfaction du public cible							

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : novembre 2014 - avril 2015

		Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
		2.7	2.8	2.12	2.16	2.18		
DIFFUSION AUX MÉDIAS								
Indicateurs d'activité	Nombre de médias invités	N/A	N/A	40	N/A	N/A		
	Nombre de journalistes invités	N/A	N/A	20	N/A	N/A		
	Nombre de sujets couverts	2	2	2	2	2		
Indicateurs résultat/ impact	Nombre de journalistes participants	N/A	N/A	5	N/A	N/A		
	Nombre de médias participants	N/A	N/A	5	N/A	N/A		
	Nombre de dossiers de presse distribués	0	0	1	0	0		
	Nombre de notes de presse distribuées	1	1	1	1	1		
	Nombre d'articles/informations publiés suite à l'activité destinée aux journalistes/média	1	1	5	8	4		
	Nombre d'entretiens réalisés	0	0	0	0	0		
	Nombre de rapports de presse sur l'événement	0	0	0	0	0		
	Pourcentage d'articles/informations où apparaissent les mots-clés	100%	100%	100%	100%	100%		
	Pourcentage d'articles/informations qui mentionnent le cofinancement de l'UE	100%	100%	100%	100%	100%		
	Nombre de bénéficiaires potentiels de la couverture médiatique	300000	300000	300000	700000	70000		
Répartition géographique de la couverture médiatique	régionale	régionale	régionale	régionale et nationale	régionale et nationale			



ΔΗΜΟΣ ΒΟΡΕΙΩΝ
ΤΖΟΥΜΕΡΚΩΝ
Ελληνική Δημοκρατία



Culture

GRILLES D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2015 - octobre 2015

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2015 - octobre 2015

à utiliser les références des fiches de recensement

		Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
		1.2	1.3	2.19	3.2	3.3	3.4		
ÉVÈNEMENTS									
Indicateurs d'activité	Nombre de personnes invitées	200	150	100	200	300	1000		
	Nombre de journalistes invités	5	5		20	20	20		
	Nombre de médias invités	5	5	40	10	10	10		
	Nombre de sujets couverts			2					
	Nombre de documents élaborés			1 online					
Indicateurs résultat/ impact	Nombre de participants	120	90	100	70	150	600		
	Nombre d'orateurs	8	9	3		5			
	Nombre d'acteurs culturels impliqués	12	10	6	60	20			
	Nombre de journalistes présents	2	2		4	5	2		
	Nombre d'activités réalisées/nombre d'activités programmées			3 de 3	4/4	4/4	1/1		
	Nombre de documents distribués/nombre de copies produites			N/A	100/500	200/500	300/500		
	Nombre d'entretiens réalisés				1				
	Nombre d'articles/informations de presse consacrés à l'événement	2	2		10	5			
	Nombre de questionnaires d'évaluation de l'événement complétés								
	Degré de satisfaction des participants interrogés								
Répartition géographique des participants			locale						

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2015 - octobre 2015

		Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
		1.2	1.3	2.21	2.23	3.2	3.3	3.4	
PUBLICATIONS									
Indicateurs d'activité	Budget consacré à la publication			N/A	6525,53	1350	1200	150	
	Nombre de copies produites			N/A	2000	500	500	500	
	Nombre de copies distribuées	120	90	2 online	2000	100	200	300	
	Taille du public cible de la publication			N/A	2000	500	500	500	
Indicateurs résultat/ impact	Nombre de copies distribuées/nombre de copies produites			N/A	2000/2000	100/500	200/500	300/500	
	Budget de la publication/nombre de copies distribuées			N/A	6525/2000	1350/100	1200/200	150/300	
	Copies distribuées/nombre de personnes cibles			N/A	2000/2000	100/500	200/500	300/500	

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2015 - octobre 2015

		Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
		1.2	1.3	2.19 dépliant	2.19 banderole	2.22	3.2	3.4
PROMOTION ET PUBLICITÉ								
Indicateurs d'activité	Budget consacré au produit publicitaire			205,7	60,5	N/A	1800	950
	Nombre d'exemplaires produits	1800		1000	1	N/A	50	504
	Nombre d'exemplaires distribués	120	90	500	1	4 online	40	300
	Taille du public cible de la publicité	200	150	1000	100	N/A	500	500
Indicateurs résultat/ impact	Nombre d'exemplaires distribués / Nombre d'exemplaires produits	360/1800		500/1000	1 de 1	N/A	40/50	
	Budget de la publicité/ Nombre d'exemplaires distribués	1500/120		205,7/500	60,5/1	N/A	1800/40	
	Nombre d'exemplaires distribués /nombre de personnes cibles	120/1800		500/1000	1/100	N/A	40/50	

GRILLE D'ÉVALUATION GLOBALE DES ACTIONS DE COMMUNICATION

Période : mai 2015 - octobre 2015

		Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence	Référence
		1.2	1.3	2.20	3.2	3.3	3.4		
DIFFUSION AUX MÉDIAS									
Indicateurs d'activité	Nombre de médias invités	5	5	N/A	10	10	10		
	Nombre de journalistes invités	5	5	N/A	15	15	15		
	Nombre de sujets couverts			2	4	4	1		
Indicateurs résultat/ impact	Nombre de journalistes participants	2	2	N/A	4	2			
	Nombre de médias participants	2	2	N/A	4	2			
	Nombre de dossiers de presse distribués	5	5	0					
	Nombre de notes de presse distribuées			1	1	1			
	Nombre d'articles/informations publiés suite à l'activité destinée aux journalistes/média	2	2	1	10	5			
	Nombre d'entretiens réalisés	2	2	0					
	Nombre de rapports de presse sur l'événement			0					
	Pourcentage d'articles/informations où apparaissent les mots-clés			100%					
	Pourcentage d'articles/informations qui mentionnent le cofinancement de l'UE			100%	100%	100%			
	Nombre de bénéficiaires potentiels de la couverture médiatique			300000					
Répartition géographique de la couverture médiatique			régionale						