



ΔΗΜΟΣ ΒΟΠΕΙΩΝ
ΤΖΟΥΜΕΡΚΩΝ
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
ΤΖΟΥΜΒΕΚΩΝ
Ελληνική Δημοκρατία



Culture

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 | | |
| ÉVÈNEMENTS | | | | | |
| 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 |
|---|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 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 |
|------------------------------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 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 | 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 |
|--|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 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 | | | | | | |