

D5.1-Plan de dissémination et d'exploitation du projet



Informations sur le projet

Numéro du projet	617768-EPP-1-2020-1-DZ-EPPKA2-CBHE-SP
Action code	CBHE-JP
Acronyme du projet	DIGITAQ
Titre du Projet	Création de Capacités Digitales pour le Pilotage de l'Assurance Qualité dans l'Enseignement Supérieur Algérien / DIGITAQ
Programme de financement	Erasmus+ KA2
Date d'approbation CP	03/12/2020

Informations sur le document

Titre	Plan de dissémination et exploitation
Référence	Lot 5
Date de publication	03/11/2021
Numéro du livrable	5.1
Lot de travail	Lot 5 : Plan de Dissémination et d'exploitation d'exécution
Numéro Tâche	T5.1
Numéro d'activité	D5.1
Partenaire responsable	UNIMED
Partenaires impliqués	Université d'Alger 1
Statut	Finale
Niveau de Dissémination	PP

Historique des versions

Version	Date	Référence	Auteur (s)
Ver.1	06/04/2021	1er Draft	UNIMED
Ver.1 révisée	10/06/2021	1er Draft (révision)	USTO-MB
Ver.2	25/06/2021	2ème Draft	UNIMED
Ver.2	13/10/2021	2ème Draft	USTO-MB
Ver.3	25/10/2021	3ème Draft	UNIMED
Ver.4	01/11/2021	4ème Draft	USTO-MB
Ver.5	03/11/2021	Révision	UNIMED

Partenaires du projet

	<p>Université des Sciences et de la Technologie d'Oran-Mohamed Boudiaf</p> <p>(Algérie)</p> <p><i>Coordinateur</i></p>		<p>Université du 8 mai 1945 de Guelma</p> <p>(Algérie)</p>
	<p>Université Larbi Ben M'hidi d'Oum El Bouaghi</p> <p>(Algérie)</p>		<p>Université Benyoucef Benkhedda - Alger 1</p> <p>(Algérie)</p>
	<p>Université Kasdi Merbah de Ouargla</p> <p>(Algérie)</p>		<p>Université Lumière Lyon 2</p> <p>(France)</p>
	<p>Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique</p> <p>(Algérie)</p>		<p>Union des Universités Méditerranée</p> <p>(Italie)</p>
	<p>Université Mohamed Khider Biskra</p> <p>(Algérie)</p>		<p>Université Nova de Lisbonne</p> <p>(Portugal)</p>
	<p>Université Mohamed Lamine Debaghine - Setif 2</p> <p>(Algérie)</p>		<p>Mouvement Français pour la Qualité Rhône-Alpes</p> <p>(France)</p>
	<p>Université Abderrahmane Mira - Bejaïa</p> <p>(Algérie)</p>		<p>Université de Liège</p> <p>(Belgique)</p>
	<p>Université Mustapha Stambouli-Mascara</p> <p>(Algérie)</p>		

Table des Matières

Introduction	5
	6
1.1 Objectif général du Projet DIGITAQ	6
1.2 Objectifs spécifiques du Projet DIGITAQ	6
2. Stratégie de communication et de diffusion	7
2.1 Objectifs de la communication et de la dissémination	7
2.2 Les piliers de la stratégie	8
2.3 Livrables à produire	8
3. Identité visuelle du projet	9
3.1 Logo du projet	9
3.2 Logo de la Commission européenne	10
3.3. Licence Ouverte	10
4. Niveaux de communication	11
4.1 Opportunités de communication	11
4.2 Public cible	12
4.3 Canaux de communication	12
4.3.1 Site Web du projet	13
4.3.2 Newsletter/Lettre d'information	13
4.3.3 Réseaux sociaux	14
4.3.4 Brochures et autres outils de promotion du projet	15
5. Vue d'ensemble de la stratégie	16
6. Coordination interne des activités de dissémination	21
7. Suivi des activités de diffusion et de communication	21
8. Evaluation de la progression des activités de dissémination	22
9. Plan de soutenabilité	22
Annexe I – Glossaire	23
Annexe II – Rappel des activités prévues par le projet :	24
Annexe III – Journal de diffusion	27

Introduction

Le présent document est le plan de dissémination et d'exploitation du Projet *DIGITAQ - Création de Capacités Digitales pour le Pilotage de l'Assurance Qualité dans l'Enseignement Supérieur Algérien*.

La dissémination est un processus planifié et constant qui se réalise à travers des activités transversales de promotion du projet et de ses résultats vers différents publics.

Tant la diffusion que la communication des résultats du projet visent à accroître la sensibilisation de plusieurs types de publics sur les objectifs, les activités et les résultats du projet.

Ce plan a donc pour objectif de définir : une bonne identification des publics cibles, les stratégies pour atteindre ces publics, les outils à utiliser et les activités à réaliser afin d'informer, d'impliquer et de promouvoir les résultats du projet auprès des parties prenantes pertinentes. Ce plan sera adapté et mis à jour en cas de besoin.

En tant que responsables du lot Dissémination et exploitation, l'UNIMED et l'Université d'Alger 1 coordonnent les activités de communication et diffusion. L'ensemble des partenaires participera activement à ces activités de diffusion, afin d'assurer la plus grande visibilité du projet et de garantir sa durabilité sur le long terme.

1. Le Projet DIGITAQ

L'assurance qualité dans l'enseignement supérieur est basée sur la responsabilité des institutions en matière de qualité de leurs offres de formations et leurs programmes pédagogiques ainsi que de leurs services. Dans cette perspective, le projet DIGITAQ permettra de doter l'activité de l'assurance qualité en Algérie d'un système d'information fonctionnant en réseau, s'appuyant sur une base de données nationale, capable de répondre à l'ensemble des besoins d'exploitation et de prospective. DIGITAQ permettra l'établissement d'indicateurs clés de performance et/ou d'informations (ex., profil de la population étudiante ; progression ; taux de réussite et d'abandon des étudiants ; satisfaction des étudiants vis-à-vis de leurs programmes ; disponibilité de ressources d'apprentissage et d'un accompagnement aux étudiants ; parcours professionnel des diplômés ; dépenses ; ressources propres ; collaborations ; ...) fiables pour prendre des décisions éclairées et distinguer ce qui fonctionne bien de ce qui nécessite une attention particulière pour améliorer la gestion et la qualité de la formation et de la recherche. Digitaliser le système de l'assurance qualité aura aussi un impact fort sur la priorité de développer le secteur de l'enseignement supérieur au sein de la société dans son ensemble. DIGITAQ se concentre explicitement sur ces priorités en améliorant la qualité de gestion des établissements de l'enseignement supérieur (EES) grâce à la digitalisation.

1.1 Objectif général du Projet DIGITAQ

L'objectif global du projet DIGITAQ est d'apporter un support méthodologique et systémique pour permettre aux différentes parties prenantes d'implémenter et pérenniser les pratiques de l'assurance qualité. DIGITAQ vise à établir des canaux de communication pour renforcer les liens entre les différentes parties prenantes garantissant le pilotage et l'atteinte des objectifs locaux de chaque projet d'établissement en cohérence avec une vision et une stratégie nationale.

1.2 Objectifs spécifiques du Projet DIGITAQ

- Faciliter la gestion des processus de management par l'assurance qualité en digitalisant les trois niveaux des processus Qualité : Pilotage, Réalisation et Support dans les sept domaines définis dans le référentiel national (RNAQES) ;
- Soutenir la définition du projet d'établissement ;
- Définir les indicateurs de mesure et construire un tableau de bord à partir de données générées ;
- Permettre l'identification rapide des décisions à prendre et les améliorations à mettre en place par la visualisation rapidement des indicateurs (KPI) à suivre et leur mise à la disposition des équipes et/ou à la direction chargée de la gouvernance ;
- Renforcer le dispositif d'évaluation interne de la démarche qualité au sein de chaque institution et l'évaluation externe à laquelle fait recours le MESRS représenté par son Agence Qualité, en mettant à disposition des parties prenantes un système de traçabilité des données stratégiques et l'ensemble de l'évolution du portfolio qualité ;
- Garantir une communication transparente et une co-construction d'une vision nationale de l'enseignement supérieur et des projets d'établissement fédérateurs à cette vision ;
- Mettre en place un réseau national dédié à la gestion de l'assurance qualité dans l'enseignement supérieur afin d'harmoniser les pratiques et faire participer les différents acteurs (responsables, enseignants, étudiants, personnels techniques et administratifs, employeurs, etc.) dans la démarche qualité ;
- Renforcer les capacités de gestion des systèmes d'informations supports à l'assurance qualité et au tableau de bord.

2. Stratégie de communication et de diffusion

2.1 Objectifs de la communication et de la dissémination

La stratégie présentée dans ce plan a donc comme but de soutenir la diffusion et l'exploitation des résultats du projet, à travers différents canaux de communication. Dans ce cadre, ce plan doit être considéré comme un document de travail flexible et ouvert aux changements.

Les activités de diffusion aux niveaux national et régional sont essentielles pour la réussite du projet et l'atteinte de ses objectifs. Elles permettront de sensibiliser les parties prenantes sur l'importance de la digitalisation comme outil support pour renforcer d'une part les compétences du personnel des EES algériens en matière de définition de leur projet

d'établissement et d'autre part, le MESRS dans le suivi, l'évaluation et la définition des stratégies.

D'une part, les activités de diffusion permettent d'approcher les autres universités algériennes non partenaires du projet et de partager avec elles l'expérience développée dans le cadre de DIGITAQ. D'autre part, elles permettront d'approcher d'autres partenaires européens et de les encourager à soutenir les efforts de modernisation et d'autonomie entrepris par les universités algériennes.

2.2 Les piliers de la stratégie

Pour le projet DIGITAQ, la stratégie s'articule autour de trois piliers :

- Stratégie papier : inclut les cartes postales, les articles de presse, la publication d'articles scientifiques – s'agissant d'un projet sur la digitalisation, les partenaires auront à cœur d'utiliser autant que possible les outils numériques et n'imprimeront qu'en cas de besoin ;
- Stratégie multimédia : inclut le site internet plurilingue, les réseaux sociaux, la production de vidéos ;
- Stratégie événements : inclut les événements et rencontres déjà prévus par le projet (comme les réunions de partenaires, les formations, la conférence finale...) ainsi que les opportunités qui se créeront au cours de la vie du projet.

Grâce à la combinaison de ces stratégies, il sera possible de maximiser l'impact du projet à court terme et contribuer à sa durabilité dans le long terme.

2.3 Livrables à produire

Dans le cadre du lot dédié la communication et à la dissémination, le projet prévoit les livrables suivants :

D 5.1 Elaboration du plan de dissémination et d'exploitation d'exécution (responsables UNIMED et Alger 1) : les objectifs sont de définir les modalités nécessaires pour garantir une communication effective et réussie en direction des groupes cibles, de fournir une méthodologie (outils et calendrier), un message, et d'identifier les groupes cibles, les activités et les moyens de communication.

D 5.2 Site web du projet profil du projet dans les réseaux sociaux –(responsables UNIMED, Alger 1, avec la contribution de tous les partenaires) : mettre en place une diffusion à travers : le site web du projet qui sera en langue française avec des outils et des services sélectionnés

qui seront disponibles en arabe et en anglais; la diffusion des activités du projet; la publication des rapports; la diffusion de matériel lors d'évènements du projet ou autres : brochure, dépliants, poster, articles, communiqués de presse (au moins 1 par partenaire par an); l'utilisation des réseaux sociaux des partenaires ou du projet: Facebook et LinkedIn.

D 5.3 Kit de communication à utiliser pour les activités de communication et dissémination (responsable UNIMED) à travers : la préparation et mise à disposition du support pour la diffusion du projet (création du Logo, modèle des PPP, poster, roll up...) mais aussi à travers l'identité visuelle de DIGITAQ qui est assurée par un logo apposé sur tous les documents relatifs au projet, au cours des différentes activités et sur les supports spécifiques (affiches, documents imprimables, brochures, présentations électroniques types, etc.) et à travers la diffusion du logo et du lien du site du projet sur le site de tous les partenaires.

D 5.4 Publication d'article dans des revues indexées publication de livres participation à des congrès scientifiques nationaux et internationaux à des conférences –(responsable UNIMED mais avec la contribution de tous les partenaires) : il est essentiel de donner de la visibilité au projet à travers la publication régulière des articles et communiqués de presse (au moins 1 par partenaire tous les 6 mois), les conférences de presse afin d'informer les autres parties prenantes sur la digitalisation et à travers la participation à des conférences et congrès scientifiques nationaux et internationaux.

3. Identité visuelle du projet

Une identité visuelle facilement reconnaissable est essentielle pour obtenir de meilleurs résultats de communication et diffusion.

Les partenaires sont invités à utiliser de façon uniforme le logo du projet, les modèles de documents proposés (PPT, et autres) et tous les documents produits dès le départ. L'usage d'une identité visuelle uniforme renforce l'image et la perception du projet en termes de qualité. Les outils visuels à utiliser pour tout type d'activité de diffusion sont les suivants :

- Logo du projet ;
- Modèle (PPT, newsletter, carte postale présentation, banner, etc.) ;
- Site Web du projet.

3.1 Logo du projet

Le logo du projet, dans ses différentes versions, est disponible depuis le drive du projet et le site web du projet.



3.2 Logo de la Commission européenne

Les partenaires du projet doivent indiquer le numéro du projet dans tous les documents officiels de communication et de diffusion externe et interne, ainsi que le logo qui précise que le projet est financé par l'Union européenne.

Toutes les communications ou publications doivent mentionner qu'elles n'engagent que leur auteur et que la commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations contenues dans cette communication ou publication.

Ainsi, toute publication doit mentionner la phrase et le logo suivants :

"Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, qui reflète uniquement le point de vue des auteurs, et la Commission ne peut pas être tenue responsable de toute utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient."



Avec le soutien du
programme Erasmus+
de l'Union Européenne

Plus d'informations : https://eacea.ec.europa.eu/about-eacea/visual-identity_fr



3.3. Licence Ouverte

Pour être en conformité avec les exigences du programme Erasmus +, les productions dans le cadre du projet DIGITAQ devraient l'être sous Licence Creative Commons Attribution 4.0.

Cela signifie que les utilisateurs peuvent :

Partager — copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats

Adapter — remixer, transformer et créer à partir du matériel pour toute utilisation, y compris commerciale.

Attribution — Vous devez créditer l'œuvre, intégrer un lien vers la licence et indiquer si des modifications ont été effectuées à l'œuvre. Vous devez indiquer ces informations par tous les moyens raisonnables, sans toutefois suggérer que l'Offrant vous soutient ou soutient la façon dont vous avez utilisé son œuvre.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

4. Niveaux de communication

En raison de la nature du partenariat « DIGITAQ » et de groupes de personnes potentiellement intéressés par le projet, une série d'activités et des canaux de communication seront utilisés pour maximiser les résultats et l'impact du projet.

La communication du projet se développera sur deux niveaux :

- Communication interne avec les partenaires du consortium, par exemple à travers des appels sur des plateformes numériques, des réunions du projet en personne et des ateliers.
- Communication externe (EES hors consortium, les parties prenantes nationales, internationales et avec les réseaux potentiellement intéressés au projet. Une liste des parties prenantes potentiellement intéressées sera définie avec les partenaires et sera ajoutée à ce plan.



4.1 Opportunités de communication

La stratégie de communication repose sur différents éléments clés : les activités internes au projet (prévues par le projet), et des activités externes (non prévues par le projet mais dans lesquelles il est possible d'insérer le projet).

Le projet prévoit différents types d'activités :

- Réunions des partenaires ;
- Formations ;
- Ateliers organisés au sein des conférences régionales universitaires ;
- Réunion intermédiaire et finale
- Journées portes ouvertes et d'information

Il est recommandé de communiquer à l'occasion de chacune de ces activités ; le public et l'activité de communication pouvant différer en fonction de la nature de l'évènement.

Une étape très importante est la présentation du projet lors d'événements locaux, nationaux, régionaux ou internationaux dans le cadre d'autres initiatives : grâce à la participation à des événements externes, il sera possible de promouvoir les résultats du projet à un public plus large.

Afin d'atteindre un maximum d'intérêt et d'engagement dans le projet, il est essentiel d'identifier les principaux groupes cibles destinataires des activités de communication. Une fois les groupes cibles identifiés, il faut définir les actions de communication les plus efficaces en termes de dissémination et diffusion des résultats du projet.

4.2 Public cible

Les groupes cibles identifiés par le projet DIGITAQ sont les suivants :

- Universités et leur communauté académique dans leur ensemble (CAQ, enseignants-chercheurs, personnel administratif, étudiants) ;
- Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (en particulier sous-direction de l'évaluation et de l'assurance qualité)
- Agence d'évaluation externe (CNE) ;
- Parties prenantes (partenaires socio-économiques, parents d'étudiants, grand public.....etc.).

La communication sera adaptée en fonction de chaque groupe cible, en tenant compte de leur spécificité et des moyens les plus adaptés pour les atteindre.

4.3 Canaux de communication

La stratégie de communication s'articule autour des outils disponibles pour le projet et des activités mises en œuvre par les partenaires. Les coordinateurs du lot de dissémination travailleront en étroite collaboration avec le coordinateur général du projet (USTO-MB) et les coordinateurs de chaque lot de travail, dans la mesure où la communication et la dissémination partent des activités et résultats des autres lots de travail.

La stratégie sera également mise à jour pendant le projet, à la suite d'un suivi interne réalisé par le comité de dissémination et de l'évaluation de la stratégie de communication. Elle pourra être adaptée pour mieux répondre aux besoins de communication du projet.

Les canaux de communication qui seront utilisés dans le cadre du projet DIGITAQ sont brièvement décrits ci-dessous.

4.3.1 Site Web du projet

Le site Web du projet www.digitaq.eu a été créé afin de garantir un premier niveau d'information sur les objectifs et les activités du projet DIGITAQ. Les principales activités et résultats seront affichés dans les sections publiques du site internet.

Le site web est le principal outil de dissémination et de durabilité du projet. Toute activité réalisée par le projet fera l'objet de la publication d'un article sur le site du projet.

Le matériel de communication élaboré pour donner visibilité au projet (ex : affiche, poster...) sera disponible sur le site web, qui sera mis à jour régulièrement par la publication d'articles sur les activités du projet (ex : réunions des partenaires, activité de formation, des événements nationaux et internationaux ; initiatives en relation avec le projet, etc.).



La référence au site web du projet devra figurer sur le site web de toutes les institutions partenaires. Des articles devront être régulièrement publiés sur ces sites par les partenaires.



Un **rapport de suivi annuel** (nombre de visites, durée des visites, pays de connexion...) du site web du projet DIGITAQ sera fourni par le prestataire en charge du site web.

4.3.2 Newsletter/Lettre d'information



Les responsables du lot de la dissémination mettront à la disposition des partenaires un modèle de lettre d'information qui sera disponible sur le site du projet. Cette lettre d'information aura pour objectif d'informer sur les principaux événements et activités du projet de façon périodique, ainsi que sur l'assurance qualité et la digitalisation de l'assurance qualité en général, au bénéfice d'un public plus large que celui impliqué directement dans le projet.

Les partenaires rédigeront une lettre d'information selon la périodicité qui sera définie (environ deux par an).

UNIMED et l'Université d'Alger 1, se chargeront de réunir les différentes contributions des partenaires, l'alimentation de cette lettre d'information devant être un travail collectif.

Chaque partenaire devra assurer la diffusion de cette lettre d'information à travers ses propres réseaux (site internet, réseaux sociaux, newsletters internes, etc.).

4.3.3 Réseaux sociaux

L'utilisation des réseaux sociaux contribue donc à établir une interaction continue avec toutes les parties prenantes du projet, à encourager l'engagement du public envers le projet, à partager les principales réalisations et publications. Les principaux objectifs des réseaux sociaux sont les suivants :

- Diffusion de l'information, des activités et des résultats du projet au grand public ;
- Élargir la portée du projet ;
- Permettre la création d'une diffusion plus interactive ;
- Échanger des expériences ;

Compte tenu de la particularité du projet DIGITAQ et du public cible, il est proposé de créer une page Facebook et aussi une page LinkedIn dédiées au projet.

Afin de garantir une diffusion de qualité, cette page devra être régulièrement alimentée.

Les pages Facebook et LinkedIn du projet DIGITAQ ont été ouvertes par l'Université des Sciences et de la Technologie d'Oran-Mohamed Boudiaf, et seront animées par l'USTO-MB, UNIMED et l'Université Alger 1. Néanmoins, tous les partenaires sont également invités à





contribuer au contenu des médias sociaux. Le rapport de suivi annuel de l'utilisation de la page FB sera réalisé par UNIMED.

La page Facebook des institutions partenaires devra « aimer » la page du projet et leur compte LinkedIn « se connecter » au compte DIGITAQ. Les partenaires pourront aussi partager la page Facebook du projet DIGITAQ faisant ainsi une promotion et une diffusion du projet auprès d'un public plus large.

Pour toute publication d'articles liés au projet sur les pages institutionnelles, les partenaires sont invités à taguer le projet comme ceci « @PROJETDIGITAQ ».

Pour toute publication sur les pages du projet (événement DIGITAQ, information pouvant intéresser les autres partenaires du projet, etc...), les partenaires sont invités à envoyer les informations communément à UNIMED, Alger 1 et USTO-MB qui se chargeront de publier et de les alimenter.

- *Photos* : joindre des photos de bonne qualité de l'évènement, des participants, des activités, etc...
- *Texte* : expliquer en quoi consiste l'évènement, objectifs, dates, lieu, ne pas hésiter à joindre des citations de speakers ou participants, etc...
- *Tags* : indiquer les contacts Facebook et LinkedIn des personnes présentes ainsi que de leurs institutions. Par exemple, si un événement a lieu dans votre université en Algérie avec un certain professeur d'une université étrangère, indiquer le Facebook et LinkedIn de votre université, ceux du dit professeur ainsi que ceux de son université d'origine, etc...

Afin d'accroître la diffusion du projet, il est possible de créer des #hashtags spécifiques (p. ex., #ProjetDIGITAQ, #DIGITAQ etc.) qui seront utilisés par tous les partenaires du projet (à partir de leurs comptes personnels ou institutionnels) et par tous les utilisateurs lorsqu'ils parleront du projet. Dans ce contexte, il est recommandé d'associer à hashtag du projet d'autres hashtags plus larges se référant aux thématiques du projet ou des différentes publications. Il est également recommandé d'utiliser plusieurs Tag.

Liens vers les différents réseaux sociaux :



Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100074075050603>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/projet-digitaq-2a3361222/>



Attention ! Captures d'écran et publication de documents : il faut éviter de publier des captures d'écran/photos de participants sans les prévenir (attention aux consentements), des captures d'écran de visioconférences privées ou publiques ou de publier de documents officiels avec des signatures (attention à la réutilisation).

4.3.4 Brochures et autres outils de promotion du projet

Dans le cadre des activités du projet, il sera élaboré toute une gamme de produits de diffusion en papier dont l'objectif est celui de soutenir les activités de diffusion et communication électronique. Des dépliants, des brochures et d'autres outils de diffusion en papier seront produits en français, en arabe et anglais afin de décrire le projet. Ces documents seront distribués lors d'événements de diffusion spécifiques dans chaque pays partenaire et par les institutions partenaires à travers le biais de leurs différents canaux d'information.

5. Vue d'ensemble de la stratégie

La stratégie de communication et de dissémination sera appliquée à l'ensemble des activités et résultats produits par le projet et adaptée en fonction de leur nature.

LOT 1					
Livrables	Date prévisionnelle	Cibles des activités de communication	Outil de communication	Responsable de la Tâche	Partenaires impliqués
Revue de littérature sur "Les TIC et l'assurance Qualité" avec un positionnement des universités algériennes	Juin 2021	EES en Algérie - EES région EuroMed - Stakeholders au niveau algérien et EuroMed	Webinaire de présentation & communiqué de presse	USTO-MB + WP leaders	Partenaires du WP + WP Dissémination leaders
			Lettre d'information	UNIMED et Alger 1	USTO-MB + WP leaders
Revue de littérature sur la digitalisation des processus et le tableau de bord	Juin 2021	EES en Algérie - EES région EuroMed - Stakeholders au niveau algérien et EuroMed -	Webinaire de présentation & communiqué de presse	USTO-MB + WP leaders	Partenaires du WP + WP Dissémination leaders
			Lettre d'information	UNIMED et Alger 1	USTO-MB + WP leaders
Questionnaire et sa mise en place et son analyse	Aout 2021	Communication interne	<i>Site, Facebook et LinkedIn</i>	UNIMED et Alger 1 publient	USTO-MB + WP leaders
Identification des besoins et caractérisation des groupes utilisateurs	Aout 2021	Communication interne	<i>Site, Facebook et LinkedIn</i>	UNIMED et Alger 1 publient	USTO-MB + WP leaders
Architecture du système d'information globale	Décembre 2021	Communication interne	<i>Site, Facebook et LinkedIn</i>	UNIMED et Alger 1 publient	USTO-MB + WP leaders
Processus d'évaluation et actions de correction	Octobre 2021	Communication interne	<i>Site, Facebook et LinkedIn</i>	UNIMED et Alger 1 publient	USTO-MB + WP leaders

LOT 2					
Livrables	Date prévisionnelle	Cibles des activités de communication	Outil de communication	Responsable de la Tache	Partenaires impliqués
Construire des scénarios d'exécution	M 13 Dates pour uniformité du tableau	Communication interne	<i>Site, Facebook et LinkedIn</i>	UNIMED et Alger 1 publient	Contenu fourni par les responsables du WP
Modélisation de l'ontologie	M24	Communication interne	<i>Site, Facebook et LinkedIn</i>	UNIMED et Alger 1 publient	Contenu fourni par les responsables du WP
Intégration et implémentation de la plateforme	M24	Communication interne	<i>Site, Facebook et LinkedIn</i>	UNIMED et Alger 1 publient	Contenu fourni par les responsables du WP
Expérimentations des scénarios	M30	Communication interne	<i>Site, Facebook et LinkedIn</i>	UNIMED et Alger 1 publient	Contenu fourni par les responsables du WP
Excellence Center of Quality	M34	EES en Algérie - EES région EuroMed - Stakeholders au niveau algérien et EuroMed -	Communiqué de presse	USTO-MB + WP leaders	Partenaires du WP + WP Dissémination leaders
			Lettre d'information	UNIMED définit la lettre	USTO + WP leaders

LOT 3					
Livrables	Date prévisionnelle	Cibles des activités de communication	Outil de communication	Responsable de la Tache	Partenaires impliqués
Programme de formation sur la gestion des systèmes d'information pour le pilotage du système d'assurance qualité	Décembre 2021	Communication interne	Site, Facebook et LinkedIn	UNIMED et Alger 1 publient	Contenu fourni par les responsables du WP
Elaboration d'une méthodologie de formation des formateurs et le processus de certification	Février 2022	Communication interne	Site, Facebook et LinkedIn	UNIMED et Alger 1 publient	Contenu fourni par les responsables du WP
Formation des formateurs DIGITAQ et certification	Avril 2023	EES en Algérie - EES région EuroMed - Stakeholders au niveau algérien et EuroMed	Lettre d'information	USTO-MB + WP leaders	Partenaires du WP + WP Dissémination leaders
Formations locales par les formateurs DIGITAQ	Juin 2023	EES en Algérie - EES région EuroMed - Stakeholders au niveau algérien et EuroMed	Lettre d'information	USTO-MB + WP leaders	Partenaires du WP + WP Dissémination leaders

LOT 4					
Livrables	Date prévisionnelle	Cibles des activités de communication	Outil de communication	Responsable de la Tache	Partenaires impliqués
Plan de qualité	Juin 2021	Communication interne	Site web	UNIMED publie	
Intégration des livrables dans l'annexe		Communication interne			
Bilan intérimaire externe	M18	Communication interne	Site web	UNIMED publie	Contenu fourni par les responsables du WP
Rapport de recommandations et BP	M32	EES en Algérie - EES région EuroMed - Stakeholders au niveau algérien et EuroMed -	Webinaire de présentation & communiqué de presse	USTO + WP leaders	USTO + WP leaders
			Site, Facebook et LinkedIn	UNIMED et Alger 1 publient	
			Lettre d'information	UNIMED définit la lettre	USTO + WP leaders
Rapport final externe	M34	Communication interne			



LOT 5					
Livrables	Date prévisionnelle	Cibles des activités de communication	Outil de communication	Responsable de la Tache	Partenaires impliqués
Plan de dissémination et d'exploitation	Juin 2021	Communication interne	<i>Site du projet</i>	UNIMED publie	
Site Web	Juin 2021	Communication interne	(La référence au site du projet doit être visible sur le site des partenaires).	Tous les partenaires	
Kit de communication	Juin 2021	Communication interne	<i>Site du projet</i>	UNIMED publie	
Papier de publication dans des revues indexées. Publication de livres. Participation à des congrès scientifiques nationaux et internationaux, à des conférences.	Juin 2021-décembre 2023	EES en Algérie - EES région EuroMed - Stakeholders au niveau algérien et EuroMed -	Lettre d'information du projet	USTO-MB + Partenaires impliqués dans l'évènement	Partenaires impliqués + WP Dissémination leaders

LOT 6						
Livrables	Date prévisionnelle	Cibles des activités de communication		Outil de communication	Responsable de la Tache	Partenaires impliqués
Rapports d'étape sur la gestion de projet	Janvier 2021-décembre 2024	Communication interne		<i>Site du projet</i>	UNIMED publie	
Réunions de coordination du projet	Janvier 2021-décembre 2024	Communication interne		<i>Site du projet</i>	UNIMED publie	
Rapport intérimaire et final du projet	Février 2021-décembre 2024	Communication interne				
Audit financier - certificat d'audit	Décembre 2024					

6. Coordination interne des activités de dissémination

L'activité de dissémination est une activité transversale qui doit être assurée par l'ensemble des partenaires.

Un **comité de communication et dissémination est créé et est** composé d'un représentant par partenaire. La présence de ce comité a pour but de faciliter les échanges et d'organiser au mieux les activités de dissémination.

Le rôle de ce comité est de :

- Assurer, au niveau institutionnel de chaque partenaire, la communication sur les activités du projet ;
- Proposer des activités spécifiques de communication et dissémination en fonction de leur nature ;
- Alimenter les lettres d'informations qui seront produites par le projet ;
- Assurer le suivi des activités de communication et dissémination à travers la collecte des informations nécessaires (voir §7 Suivi des activités de diffusion et communication).
- Proposer des adaptations à la stratégie de dissémination suite à leur évaluation.

Les membres du comité seront en contact à travers un groupe mail commun (CCD-groupe@univ-usto.dz) et organiseront des réunions périodiques, fixées en fonction des nécessités du projet (environ une par trimestre).

7. Suivi des activités de diffusion et de communication

Le suivi des activités de diffusion et communication est essentiel pour faire en sorte que le consortium puisse évaluer l'efficacité de la stratégie de diffusion. À cette fin, un registre des activités de diffusion (annexe III) a été créé. Une version numérique du registre de diffusion sera également créée afin de faciliter le partage d'information entre les partenaires et entre les partenaires et le chef du projet.

De plus, chaque partenaire rédige des rapports sur les conférences, les événements et les réunions avec les parties prenantes locales, qu'il aura organisé ou auquel il aura participé. Tous les membres du projet sont donc tenus de :

- Identifier et informer sur les opportunités de diffusion (événements, publications, présence, etc.) ;
- Diffuser les réalisations de leurs documents de travail respectifs (dépliants, communiqués de presse, etc.) ;
- Utiliser leur réseau pour soutenir la diffusion de l'information sur le projet ;

- Présenter le projet lors de conférences, ateliers et autres événements ;
- Engager les acteurs clés du projet de les utiliser comme multiplicateurs de diffusion.



Un **rapport de dissémination** sera rédigé tous les 6 mois par les coordinateurs du lot sur la base des rapports de diffusion élaborés par les partenaires.

8. Evaluation de la progression des activités de dissémination

Le succès et l'efficacité de la dissémination de DIGITAQ seront mesurés pour donner des indications claires sur la capacité des activités réalisées à produire leurs effets. Une liste d'indicateurs sera définie entre les partenaires pour mesurer cette progression, en se servant notamment des rapports de dissémination et de google analytics qui seront associés aux réseaux sociaux du projet.

Cette liste d'indicateurs pourra inclure par exemple :

- Le nombre de post sur les réseaux du projet
- Le nombre de publication sur les sites institutionnels des partenaires
- Le nombre d'articles de presse
- Le nombre de publications scientifiques
- Le nombre de participants aux évènements, internes et externes au projet

9. Plan de soutenabilité

Au cours des 6 mois précédant la clôture du projet, les partenaires définiront un plan de soutenabilité afin de se fixer une feuille de route pour soutenir la durabilité et la pérennité des résultats de DIGITAQ.

Annexe I – Glossaire

Ce glossaire a pour objectif de fournir des informations sur les termes couramment utilisés dans ce document et par la Commission européenne en général dans le domaine de la diffusion.

Communication : Le terme « communication » fait référence à la fois aux activités de sensibilisation et aux activités de diffusion. Dans ce contexte, la communication se réfère principalement à la communication externe et non à la communication interne entre le consortium et au sein des organisations partenaires.

Dissémination : La dissémination est définie comme un processus planifié visant à fournir des informations sur la qualité, la pertinence et l'efficacité des résultats du projet aux acteurs clés. Cela se produit au fur et à mesure que les résultats sont disponibles.

Exploitation : L'exploitation vise à créer un impact maximal et une durabilité des résultats du projet. La diffusion et l'exploitation sont distinctes, mais directement liées. Les clés d'une exploitation réussie des résultats sont les suivantes : produire des résultats pertinents qui répondent aux exigences des fournisseurs, des décideurs et de la société en général ; assurer, par l'utilisation d'une diffusion et d'une exploitation efficaces, que les résultats atteignent les publics cibles appropriés dans un format et à un moment qui leur permettent d'en bénéficier.

Sensibilisation : Faire connaître et promouvoir le projet, ses objectifs et ses activités afin de sensibiliser le groupe cible. Cette définition exclut la publicité des résultats.

Impact : L'impact est l'effet que le projet et ses résultats ont sur divers systèmes et pratiques.

Multiplication : La multiplication est le processus prévu pour convaincre les utilisateurs finaux individuels à adopter et/ou à appliquer les résultats des programmes et initiatives.

Durabilité : La durabilité est la capacité du projet de continuer d'exister et de fonctionner au-delà de la fin du contrat. Les résultats du projet sont utilisés et exploités en permanence. La durabilité des résultats signifie l'utilisation et l'exploitation des résultats à long terme.

Annexe II – Rappel des activités prévues par le projet :

Groupe cibles	Moyen de communication pour atteindre ces groupes cibles	Période	Indicateur pour mesurer l'efficacité des moyens de communication
Universités Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Site web du projet • Site web des Universités • Réseaux sociaux • E-mail (Mailing list regroupant tous les partenaires du projet) • Bulletin d'information + Dépliants • Communiqué de presse des activités + Présence dans les Medias locaux (Radios et TV) • Participation aux événements (salons, ...) • Documents du projet (rapports des réunions, ateliers de formation & stages de perfectionnement) • Vidéo sur les activités du projet • Vidéo des scénarios d'exécution • Vidéo des expérimentations de la plateforme (mode d'emploi) <p>Quality Assurance LAB (Plateforme développée)</p>	<p>A partir de la réunion de lancement du projet : début du projet & réunion du</p> <p>Lancement du projet, à chaque réunion de travail, à chaque formation ou regroupement, pendant les activités du WP1 & WP3, Tout au long du</p> <p>Projet et aussi</p> <p>Après la fin du projet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de visites des sites (projet + partenaire) • Nombre de pages visitées par site • Taille et Nombre d'e-mails • Nombre de communiqué de presse des activités • Nombre de rencontre des médias locaux • Nombre de visite des vidéos sur le site YouTube <p>Nombre de documents distribués</p>
Autres Universités Algériennes	<ul style="list-style-type: none"> • Site web du projet 	A partir de la 2 ^{ème} année du projet (phase de	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de visites des sites (projet + partenaire)

	<ul style="list-style-type: none"> ● Réseaux sociaux ● Journées portes-ouvertes et d'information ● Participation aux événements des autres universités (salons, ...) ● Bulletin d'information + Dépliants+brochures ● Documents du projet (rapports des réunions, ateliers de formation & stages de perfectionnement) ● Vidéo sur les activités du projet ● Vidéo des scénarios d'exécution ● Vidéo des expérimentations de la plateforme (mode d'emploi) ● Quality Assurance LAB (Plateforme développée) <p>Workshop dans les conférences régionales</p>	<p>démarrage de développement de la plateforme d'Assurance - Qualité)</p> <p>Projet et aussi</p> <p>Après la fin du projet</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Nombre de pages visitées par site ● Taille et Nombre d'e-mails ● Nombre de communiqué de presse des activités ● Nombre de rencontre des medias locaux ● Nombre de visite des vidéos sur le site Youtube ● Nombre de documents distribués <p>Utilisation et accès à la plateforme AQ</p>
<p>Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Site web du projet ● Site web des Universités ● Réseaux sociaux ● E-mail (Mailing list regroupant tous les partenaires du projet) ● Bulletin d'information + Dépliants ● Communiqué de presse des activités + Présence 	<p>A partir de la réunion de lancement du projet : début du projet & réunion du</p> <p>Lancement du projet, à chaque réunion de travail, à chaque formation ou regroupement, pendant les activités du WP1, WP2 & WP3, Tout au long du</p> <p>Projet et aussi</p> <p>Après la fin du Projet</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Nombre de visites des sites (projet + partenaire) ● Nombre de pages visitées par site ● Taille et Nombre d'e-mails ● Nombre de communiqué de presse des activités ● Nombre de rencontre des médias locaux



	<p>dans les médias locaux (Radios et TV)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documents du projet (rapports des réunions, ateliers de formation & stages de perfectionnement) • Vidéo sur les activités du projet • Vidéo des scénarios d'exécution • Vidéo des expérimentations de la plateforme (mode d'emploi) <p>Quality Assurance LAb (Plateforme développée)</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de visite des vidéos sur le site YouTube <p>Nombre de documents distribués</p>
<p>Enseignants-chercheurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Site web du projet • Site web des Universités partenaires • Réseaux sociaux • Bulletin d'information + Dépliants • Présence dans les Medias locaux (Radios et TV) • Documents du projet (rapports des réunions, ateliers de formation & stages de perfectionnement) • Vidéo sur les activités du projet • Vidéo des scénarios d'exécution • Vidéo des expérimentations de la 	<p>La phase de préparation (WP1) & la phase de développement WP3 et pendant les activités d'expérimentation d'excursions</p> <p>et aussi après la fin du projet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de visites des sites (projet + partenaire) • Nombre de pages visitées par site • Taille et Nombre d'e-mails • Nombre de communiqué de presse des activités • Nombre de rencontre des médias locaux • Nombre de visite des vidéos sur le site YouTube • Nombre de documents distribués <p>Formation en adhoc</p>

	plateforme d'emploi)	(mode	
	Quality Assurance (Plateforme développée)	LAB	

Annexe III – Journal de diffusion

Ce journal sera l'objet d'un fichier partagé entre les partenaires

Quand	Outil de diffusion	Description de l'activité de diffusion	Participants/ Groupe cible	Impact	Ressources
Indiquer quand l'activité a eu lieu	Indiquer le type d'activité qui a été mise en œuvre : dépliants, communiqué de presse, publication scientifique, email promotionnel, newsletter, réseaux sociaux, présence sur le web, etc.	Décrire l'activité de diffusion mise en œuvre	Indiquez le type de participants/groupe cible	Indiquer le feedback reçu pendant l'événement /activité, si possible	Preuve de l'activité de diffusion : lien du site web de référence ; document (pdf, word...), photos, captures d'écran, etc.
<i>jj.mm.aaaa</i>	<i>Présentation</i>	<i>Présentation à des réunions des coordinateurs internationaux</i>	<i>p. ex. coordinateur internationaux, partenaires du projet, représentants, etc.</i>	<i>p. ex. 50+</i>	<i>Procès-verbal de la réunion</i>
<i>jj.mm.aaaa</i>	<i>Meeting n 1</i>	<i>Informations sur le meeting</i>	<i>p. ex. partenaires du projet,</i>	<i>p. ex. 10+</i>	

			<i>représentants, etc.</i>		
<i>jj.mm.aaa a</i>	<i>Seminaire/Workshop</i>	<i>Informations sur le séminaire/atelier</i>	<i>e.g. staff académique, étudiants, etc.</i>	<i>p. ex. 25+</i>	
<i>jj.mm.aaa a</i>	<i>Article</i>	<i>Article concernant ...</i>	<i>e.g. Universités Mena, Universités UE, etc.</i>	<i>p. ex. 1000+</i>	<i>Lien de la publication</i>
<i>jj.mm.aaa a</i>	<i>Site web</i>	<i>Description de la publication sur le site web</i>			<i>Lien du site web</i>



DIGITAQ

Création de Capacités Digitales pour le Pilotage de l'Assurance
Qualité dans l'Enseignement Supérieur Algérien

